

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LA PLATA

FACULTAD DE PERIODISMO Y COMUNICACIÓN SOCIAL

TESIS DE GRADO

“La inserción del video en el ámbito doméstico y su incidencia en el
desarrollo de la cultura audiovisual”

AUTOR

Martín Ignacio Barberena

Director: Prof. Julio Real

Codirector: Lic. Luciano Sanguinetti

Programa de Investigación: Comunicación y Sociedad de la
Información

La Plata, Mayo de 2010

Martín Ignacio Barberena

DNI: 20.233.985

Correo electrónico: martinbarberena@gmail.com

Resumen

Tesis: “La inserción del video en el ámbito doméstico y su incidencia en el desarrollo de la cultura audiovisual”

Autor: Martín Barberena

El video hogareño ha promovido nuevas prácticas de consumo y producción audiovisual en el marco de la vida cotidiana, prácticas que han sido clave para la evolución de la cultura audiovisual contemporánea. La tesis se concentra en esos hábitos culturales; propone un análisis de cómo fue el proceso de apropiación del video en el ámbito doméstico, desde la adquisición de la tecnología hasta el desarrollo de prácticas audiovisuales que pasan a formar parte de la vida cotidiana. Investigar la incidencia que tuvo en el desarrollo de la cultura audiovisual y confirmar las consecuencias de ese progreso, herencias culturales que todavía se manifiestan en la nueva etapa digital.

El trabajo está dividido en cinco capítulos: recorrido histórico, el panorama audiovisual antes del video, el hogar, el proceso de apropiación y la era digital (herencias analógicas culturales).

Palabras clave: video hogareño, cultura audiovisual, medios audiovisuales, usos, prácticas audiovisuales, tecnología, apropiación, video, hogar.

Agradecimientos

A la socióloga Alicia Vidal, quien me prestó sus preciadas investigaciones sobre los usos del video hogareño.

A mi amigo Pablo Holzmann, por sus valiosas sugerencias para la redacción final, luego de una completa lectura de mi trabajo.

A mi director y amigo Julio Real por recordarme, con cada una de sus inexorables devoluciones, que el verdadero aprendizaje se construye con el trabajo riguroso.

Dedicatoria

A mi querida familia, mi esposa Alejandra y mis dos hijos, Santiago y Francisco.

A la memoria del crítico de cine y periodista Aníbal Vinelli (1940-2006), quien con sus notas periodísticas y comentarios radiales despertaron en mí la vocación por el periodismo especializado en Cine, Televisión...y Video.

INDICE

Introducción	6
Capítulo 1	
Recorrido histórico	14
El video	15
Nacimiento	16
Evolución	17
Aparición del video hogareño	18
En Argentina	19
El DVD (de lo analógico a lo digital)	22
Hacia el Blu Ray	22
Capítulo 2	
El panorama audiovisual antes del video	23
El consumo audiovisual del espectador, un poco de historia	25
El cine	25
La televisión	27
La aldea global	30
Radiografía de la oferta audiovisual	33
Capítulo 3	
El hogar	35
Un concepto amplio de hogar	36
Los medios en el hogar	37
Dos universos (el interior y el exterior)	39
El hogar y los sistemas de comunicación	40
El hogar y el ocio	44
Los años noventa, la ciudad de los medios: un nuevo escenario urbano ..	44

Capítulo 4

El proceso de apropiación 49

Etapas

1981-1986 (un simple espectador, ávido de películas)	52
Primeras editoras legales	53
Los videoclubes	55
El uso primario: la autoprogramación	56
Otros usos	58
 1987-1992 (un nuevo espectador)	60
El video en los medios gráficos	61
Revistas especializadas	61
Encuestas sobre el consumo	63
Nuevas formas de ver lo audiovisual	65
La cámara de video	67
Grabaciones caseras en televisión	70
 1993- 1998 (espectador, poseedor y productor de materiales audiovisuales)	73
La venta directa	73
La videoteca personal	74
El sistema de video completo	76

Capítulo 5

La era digital: herencias analógicas y nuevos rumbos 77

La sucesión en el trono del video hogareño	79
La autoprogramación	80
El coleccionismo privado (la videoteca)	81
Play, stop, pausa, fastfoward y rewind	82
La piratería al alcance de todos	82
El productor de materiales audiovisuales	83
La postproducción en casa	84
La grabación de señales televisivas	85

Visionado	86
YouTube: una nueva forma de comunicación global	87
Huellas	88
 Consideraciones finales	 90
 Bibliografía	 96

Introducción

“En esa época no había video...uno iba al cine y las películas se iban para siempre. Por eso hice mi versión de la película en historieta, como una manera de conservarla”. La frase corresponde al humorista gráfico Liniers,¹ mientras es entrevistado por Carlos Ulanovski en el programa de televisión “Materia Prima”, que se emitía por canal 7 en el año 2009. El entrevistador repasaba una pequeña historieta casera que había hecho el dibujante humorístico ni bien había vuelto de ver “La guerra de las galaxias”, en 1977.

Miraba este programa mientras trataba de distraerme de la elaboración de la última etapa de la realización de mi tesis. El tema del video me aparecía otra vez, haciendo zapping, en esta época donde la videocasetera ya casi no se utiliza.

El uso del video hogareño ha sido muy importante para mucha gente, un fenómeno cotidiano que ha sido clave para el desarrollo de la cultura audiovisual. A título personal, quiero rescatar una aplicación concreta del video en mi formación profesional para estudiar la historia del cine.

Hay un libro clásico para cualquier cinéfilo, “El cine según Hitchcock”,² donde François Truffaut entrevistó durante sucesivos encuentros (cincuenta horas en total) al director inglés y fue repasando, cronológicamente, la realización de todas sus películas. Recuerdo haber leído el libro de un tirón y luego haberlo releído, algunos años más tarde, pero con el visionado de casi todos sus filmes, porque se habían editado en video. Además, con la ventaja de poder repasar las escenas analizadas en el libro. En rigor, y por sólo poner un ejemplo, mi formación autodidacta sobre el cine de Alfred Hitchcock fue más completa y valiosa al incorporar el video, porque me permitió además formar mi propio análisis sobre su obra, más allá de la extensa bibliografía que yo pudiese haber leído sobre el director.

Estas dos anécdotas me permiten volver a reflexionar acerca de la revisión de la elección del tema que me propuse investigar ¿Cuántas películas vimos gracias al video? ¿Cuántos se acercaron al cine a través del video? ¿Cuántas grabaciones caseras se han realizado gracias a la incorporación de la cámara de video? ¿Dónde radica la importancia de estas prácticas? ¿Por qué estas grabaciones domésticas no

¹ Ricardo Liniers Siri nació en 1973 y actualmente es humorista del diario La Nación. Hace la tira diaria Macanudo.

² Truffaut, François. *El cine según Hitchcock*. Alianza Editorial. Buenos Aires. 1992.

han sido consideradas, en general, por los investigadores de medios audiovisuales? Estos son algunos de los interrogantes que pretendo explorar.

Cuando menciono el término “cultura audiovisual” (que aparecerá varias veces en la tesis) me refiero, sin pretender hacer un análisis exhaustivo y antropológico de las distintas definiciones del término cultura, a que desde los años ochenta lo audiovisual ha estado cada vez más presente en la sociedad y, como reflexiona Paul Virilio, hay “un público para el cual los magnetoscopios (videocaseteras), minitel, televisión y otras pantallas de ordenadores se ha convertido en un modo casi exclusivo de informarse, de comunicarse, de aprehender la realidad, de moverse en ella”.³

Román Gubern sostiene que “cuando descendemos al ámbito concreto de la cultura y la comunicación audiovisual, sobre la que debe concordarse en que ha dejado de ser una parcela de la cultura general, para convertirse en su provincia central y hegemónica, protagonista de las grandes batallas económicas e ideológicas de las industrias culturales contemporáneas”.⁴

Este predominio de lo audiovisual sobre cualquier otra forma de producción y circulación de la cultura (libros, música) nació en los años ochenta con la llegada de nuevas tecnologías audiovisuales. La videocasetera fue una de las pioneras; al que le seguirían las cámaras de video portátiles. Además el flujo audiovisual hogareño se multiplicaría luego, en los años noventa, con la expansión masiva del cable.

Los trabajos de investigación sobre el video se han concentrado en su utilización como medio artístico (video arte)⁵ y como herramienta testimonial (video popular). También se han hecho estudios sobre la utilización del medio en el campo de la enseñanza, como instrumento pedagógico. El video también se ha insertado en otros sectores de la sociedad,⁶ como instrumento de comunicación (prevención de la salud, capacitación en las empresas, seguridad, publicidad) o como elemento de estudio (por ejemplo en la ciencia, la psicología o la educación).

³ Virilio, Paul. “*La máquina de visión*”. Ediciones cátedra. Madrid. 1989.

⁴ Gubern, Román. “Un imperio audiovisual fuerte para un pensamiento débil”. Revista Telos Nº 22. Julio-septiembre de 1990. Madrid.

⁵ En Argentina entre los autores que han estudiado el tema se destacan Jorge La Ferla, Carlos Trilnick y Graciela Taquini. A nivel internacional se distingue el libro “*En torno al video*” un completo trabajo sobre el video en general (como tecnología, su historia, el video-arte) y sus autores son Eugeni Bonet, Joaquim Dols, Antoni Mercader y Antoni Muntadas.

⁶ En este trabajo estos temas estarán mencionados pero sólo en el contexto, no serán analizados ni se estudiarán en profundidad porque corresponden a otra propuesta y merecen una investigación diferente.

En las publicaciones sobre los medios de comunicación, los trabajos referidos a la televisión han investigado el tema del video en forma periférica, sobre todo desde la producción broadcasting, es decir, la aparición del video tape como elemento de producción, y cómo modificó la manera de producir materiales en la televisión. Los trabajos de la historia de la televisión en Argentina como “Estamos en el aire” (Carlos Ulanovski y otros) o “La Televisión Criolla” (Mirta Varela) mencionan brevemente al video en ese sentido.

Pero no se han realizado muchas investigaciones especializadas sobre el papel del medio en el ámbito hogareño, lo que resulta llamativo en cuanto el video ha promovido nuevas prácticas de consumo y producción audiovisual en el marco de la vida cotidiana, prácticas que han sido clave para la evolución de la cultura audiovisual contemporánea.

En el mundo hay cuantiosa bibliografía sobre el impacto de la televisión en la vida cotidiana, que se encuentra más en línea con el trabajo que presento. La televisión como medio de comunicación que influye en la vida de las personas, que le otorgan un lugar de importancia en lo cotidiano. Los trabajos realizados, entre otros, por Roger Silverstone, Valerio Fuenzalida, Román Gubern, Santos Zunzunegui, Néstor García Canclini, Guillermo Orozco Gómez, Jesús Martín Barbero y Omar Rincón.

Los ensayos de Roger Silverstone se han concentrado en un análisis de la televisión como un medio complejo (“entenderla como una forma no sólo económica y política, sino también cultural, social y psicológica”) que ejerce una notable influencia en la vida cotidiana. En esa complejidad el autor se preocupa por entender el hogar, el medio, la ciudad, el consumo y la apropiación del artefacto. Si bien el autor no se concentra en el video, he tomado como base para mi trabajo el concepto de hogar y su relación con los medios de comunicación, con los universos públicos y privados que establece el hogar.

Román Gubern ha trabajado sobre todos los medios audiovisuales, especialmente el cine, y también ha escrito sobre la televisión. Sus primeros artículos sobre el video son del año 1987. En especial se destaca su ensayo para la revista Telos N° 9 ¿La revolución videográfica es una verdadera revolución? También ha trabajado los mismos conceptos en otras publicaciones (La mirada opulenta, El simio informatizado). Su idea sobre el aporte que ha significado el video hogareño a la sociedad no es demasiado favorable. Sin embargo, hay conceptos en su descripción

de la tecnología que me han servido para relacionar las características específicas del medio con mis análisis posteriores, y que me ayudaron a explicar la apropiación del medio. También he tomado valiosas concepciones tuyas que describen al hogar como un búnker, aunque he preferido cambiarlo por el término refugio, porque creo que se ajusta mejor.

Octavio Getino ha escrito sobre el video hogareño, pero su perspectiva toma al video como industria cultural, y sus análisis aportan un punto de vista macro, con sólidos y abundantes datos en cuanto a cantidades de los diferentes agentes del circuito que está involucrado el video: usuarios, aparatos, editoras, distribuidoras, videoclubes que está en directa relación con el circuito económico del video. También ha investigado el video popular y en menor medida el video arte.

Néstor García Canclini ha reflexionado sobre el video hogareño en México y el consumo cultural. Sus trabajos recuperan las tendencias y los cambios que aparecen en las ciudades en los modos de consumir los productos audiovisuales, cómo se van modificando los distintos espectadores según el medio: cine, televisión y video. En la actualidad ha trabajado sobre el fenómeno de los internautas, los nativos digitales y las nuevas formas de lecturas de la imagen.

Los trabajos de Oscar Landi han tratado el tema del video en nuestro país, pero sus escritos sobre el video hogareño - si bien considero que son muy atinados- no son muy exhaustivos; su focalización se concentra especialmente en la televisión.

En nuestro país los primeros estudios sistemáticos (encuestas detalladas y posterior análisis) sobre el impacto del video hogareño en la vida cotidiana han sido los trabajos de la investigadora Alicia Vidal, que en 1990 escribió "Viendo video, Pautas de un nuevo consumo", y que fueron retomados e incluidos en la publicación "Las nuevas tecnologías en la ciudad" junto con el estudio de otras tecnologías: la televisión por cable y la telefonía celular. (Susana Finquilievich, Alicia Vidal y Jorge Karol, 1991).

Otros autores, como Héctor Schmucler y Patricia Terrero, han reflexionado sobre el tema del video en conexión con los cambios del panorama audiovisual de los años noventa en las ciudades más grandes de Argentina, particularmente Buenos Aires.

Estos estudios se han realizado a principios de la década del noventa, cuando el video hogareño estaba en pleno apogeo. Este trabajo toma una perspectiva histórica, abarca un período más prolongado, que va desde principios de la década del ochenta hasta finales de los noventa, cubre la aparición del video, la consolidación y su caída, ya que fue reemplazado por otra tecnología (el DVD). La tesis se concentra en las prácticas que han significado la incorporación del video. No hay labores recientes que analicen la importancia del video hogareño en la cultura audiovisual desde este punto de vista. Esa deuda es la que tratará de saldar este trabajo. El tema se vincula con el programa de investigación “Comunicación y Sociedad de la Información”; uno de sus objetos es “Apropiaciones y usos de nuevas tecnologías”.

Me propongo estudiar la forma en que el usuario se apropió de la tecnología y cuáles fueron las consecuencias de ese proceso. Para abordar el objeto voy a utilizar las metodologías de investigación y análisis interpretativo de Guillermo Orozco Gómez en la perspectiva cualitativa, definida como “un proceso de indagación de un objeto al cual el investigador accede a través de interpretaciones sucesivas con la ayuda de instrumentos y técnicas, que le permiten involucrarse con el objeto para interpretarlo de la forma más integral posible”.⁷

El contexto general es fundamental para entender cómo fue la apropiación de la tecnología video en el hogar: desde lo general hasta lo particular. Pero también cómo integrar el objeto desde distintas interpretaciones y también desde otros lugares: el hogar, las familias y su relación con el ocio y el entretenimiento hogareño, la oferta audiovisual existente, y los medios de comunicación audiovisual históricos (El cine, la televisión). Analizar esas relaciones permite una visión integral del objeto, necesaria para explicar la apropiación del sistema video en el hogar como un proceso gradual y complejo.

Dentro de esta metodología, utilicé el análisis interpretativo de diarios nacionales de gran tirada, en especial el diario Clarín. Elegí este periódico por ser el de mayor tirada. Esto me permitió analizar varias unidades relacionadas con el video: las publicidades, (¿Cómo fueron vendidas la videocaseteras y las cámaras de video?); las notas y el espacio dedicado al video y al consumo cultural. También analicé la revista especializada de video hogareño “Video para Usted” desde su aparición en 1987 hasta 1993, y además toda la bibliografía mencionada que trató el tema.

⁷ Orozco Gómez, Guillermo. *La investigación en Comunicación desde la Perspectiva Cualitativa*. La Plata, Ediciones de Periodismo y Comunicación. 1996. p 83.

En los diarios (principalmente La Nación, Clarín y Página 12) han aparecido diversas notas de reflexión sobre lo audiovisual que he utilizado para el período estudiado. Dichos artículos han aparecido desde la década del ochenta hasta la actualidad.

Con esta tesis me propongo probar que el video hogareño ha promovido nuevas prácticas de consumo y producción audiovisual en el marco de la vida cotidiana, hábitos que han resultado fundamentales en el proceso de la cultura audiovisual contemporánea.

En suma, el trabajo indagará sobre el uso del video en el hogar. El objetivo es el análisis del proceso de apropiación del video en el ámbito doméstico, desde la adquisición de la tecnología hasta el desarrollo de prácticas audiovisuales que pasan a formar parte de la vida cotidiana. Analizar cómo fue ese camino e investigar la incidencia que tuvo en el desarrollo de la cultura audiovisual y confirmar las consecuencias de ese progreso, que todavía se manifiestan en la nueva etapa digital.

La tesis se divide en cinco capítulos y algunas consideraciones finales. Esta es una síntesis de lo que comprende cada uno:

1. **Recorrido Histórico:** en el primer capítulo se hace una descripción del recorrido histórico del video, desde su invención y uso en el medio televisivo hasta su incorporación masiva al hogar en Argentina. También abarca brevemente la sucesión del video analógico, su traspaso al video digital: el DVD y el incipiente formato Blu-Ray, para una actualización con el presente.
2. **El panorama audiovisual previo al video:** describe y analiza qué oferta tenía el espectador para ver materiales audiovisuales, cuáles eran las opciones que poseía. Un contexto necesario para comprender uno de los ejes del presente trabajo: analizar la incidencia del video hogareño en el desarrollo de la cultura audiovisual. También se describen las características de los dos medios audiovisuales preexistentes: el cine y la televisión.
3. **El hogar:** el tercer capítulo tiene como objetivo investigar el hogar como un lugar de ámbito privado, pero también su conexión con el resto de la sociedad, sobre todo a través de los medios. Describir el escenario donde se instala el

objeto de estudio. También se analiza el hogar desde su vinculación con los medios de comunicación y con el ocio.

4. **El proceso de apropiación:** se describe y analiza cuál fue la evolución que hizo el video hogareño, en especial desde las prácticas del usuario con la tecnología. Desde las primeras videocaseteras hasta la masificación. Explicar cómo fue ese proceso de apropiación por parte del usuario. Este trayecto, que se desarrolló en forma gradual y progresiva, pasó por muchos cambios en cuanto a hábitos de consumo. Este período, que comprende casi 20 años, pasó por varias etapas. Es el capítulo más extenso de la tesis.
5. **Herencias analógicas en la era digital:** la tecnología digital se expandió en todo el mundo. Las cámaras digitales, el DVD y los celulares han reemplazado al video analógico y a la fotografía fotoquímica como soporte. Esa revolución significó una ruptura en la cultura audiovisual. El quinto capítulo describe cuáles prácticas, que se iniciaron con el video analógico, se mantienen en esta nueva era digital; y cuál fue la herencia cultural que dejó el video analógico.⁸

⁸ La tecnología digital no es el objeto de estudio, sólo se mencionarán algunas consecuencias de prácticas que se iniciaron con el video analógico y ciertas características de lo digital que son necesarias para el desarrollo del trabajo. El tema merece una investigación aparte.

Capítulo 1

Recorrido histórico



Para entender la incorporación de cualquier tecnología en la sociedad es necesario conocer las posibilidades y características que posee.

Uno de los objetivos de mi trabajo es analizar cuáles fueron los motivos por los que un dispositivo tecnológico como el video se instaló en el hogar y sobre todo qué nuevas prácticas audiovisuales aparecieron primero con la utilización de la videocasetera y luego con la cámara de video.

La invención del video fue una necesidad del medio televisivo, no se pensó en su momento para un destino hogareño. Transcurrieron más de dos décadas desde su nacimiento hasta lograr la inserción del video en el uso doméstico. Durante ese tiempo tuvo una evolución que se caracterizó por el desarrollo de aparatos - de registro y de visionado - más compactos que facilitaron su uso.

El video

La expresión de la palabra video se popularizó a partir de la difusión de los equipos domésticos, aunque el término ya era utilizado en la televisión mucho antes de la invención de la cinta.

En las transmisiones televisivas la terminología estrictamente técnica denomina audio a la señal eléctrica que contiene la información del sonido, y video a “la señal eléctrica correspondiente a la información visual o imagen”.⁹

El video, según la definición de Román Gubern, “es una tecnología de registro, conservación y reproducción de mensajes audiovisuales, grabados por procedimientos magnéticos en una superficie metálica”.¹⁰

Entre las novedades que aportó esta tecnología se encuentran la verificación inmediata del resultado de la grabación, la posibilidad de borrado y regrabación de la cinta, y una mayor facilidad en la etapa de edición de los materiales registrados, por ejemplo la facilidad de generar efectos sobre la imagen (en la fase de postproducción);

⁹ Mercader, Antonio y otros. *En torno al video*. Gustavo Gili. Barcelona. 1980. p13.

¹⁰ Gubern, Román “¿La revolución videográfica es una verdadera revolución?” En revista Telos Nº 9. Fundesco, Madrid.1987.

y la teledistribución descentralizada por cable hacia diferentes destinatarios (en la fase de distribución).

Como señala Gubern: “en el origen del fenómeno del video se hallan dos medios previos tan distintos como el televisor y el principio de la grabación magnética del sonido utilizada en los magnetófonos. De esta doble e independiente filiación derivaron todas las características comunicativas, operativas y semióticas del nuevo medio, heredero de los instrumentos técnicos que le precedieron históricamente y condicionaron su invención: el televisor como su terminal audiovisual y la videocinta como soporte de registro y conservación del mensaje”.¹¹

Nacimiento

En 1956 la empresa Ampex Corporation, en California (EEUU), fabricó el *cuádruplex*, primer equipo de video tape con cinta abierta de dos pulgadas de ancho, en blanco y negro.

Este soporte tecnológico fue adoptado por las grandes cadenas televisivas, y le permitió al medio emanciparse de la tiranía de la emisión en directo. La posibilidad de grabación, regrabación y reproducción de mensajes audiovisuales en forma instantánea modificó la forma de producir en el medio televisivo.

Hasta entonces la televisión trabajaba con un modelo de producción muy similar a la radio, medio del que tomó también su esquema de comunicación: el *broadcasting* (emisión masiva).

Como señala Raymond Williams: “la radiodifusión podría diagnosticarse como una forma nueva y poderosa de integración social y control” (...) “la radio y la televisión (...) fueron desarrolladas para la transmisión a hogares individuales”; esta nueva forma de comunicación social -la radiodifusión- fue oscurecida por su definición de comunicación de masas: una abstracción de su característica más general, que se dirigía a mucha gente; a las masas”.¹²

¹¹ Ibid.

¹² Williams, Raymond. “*La tecnología y la sociedad*”. En revista *Causas y azares* N ° 4. Buenos Aires. 1996. p 166.

La televisión tomó de la radio no sólo este sistema de comunicación (un transmisor central a muchos receptores ubicados en los hogares), sino también a gran parte del personal que trabajaba en el medio: técnicos, operadores, locutores, animadores.

En la televisión Argentina, el video tape se empezó a utilizar en agosto de 1960; hasta entonces la programación se hacía en vivo, con la excepción de los materiales filmicos, series y comerciales.

La proyección de películas o series se hacía con el telecine, un aparato que convierte la imagen proyectada de una película cinematográfica en señal televisiva. En su forma más básica, consta de un proyector y de una cámara de TV, lo que permite teleproyectar desde este aparato a los hogares vía equipos de transmisión.¹³

Las noticias que se hacían en exteriores se realizaban en directo o se emitían en diferido luego de un lento proceso de postproducción. Se filmaban con cámaras de cine de 16 mm, se revelaba la película y se acompañaban las imágenes con una locución en off, porque las cámaras de exteriores no registraban sonido. En 1966 aparecen las primeras cámaras con auricones y las entrevistas con sonido.¹⁴

Evolución

A partir de 1960 hubo una progresión tecnológica que permitió reducir el tamaño de las cámaras y los equipos de video.

En 1965 la empresa Sony fabricó el *portapack*, equipo portátil en blanco y negro que utilizaba cinta magnética de ½ pulgada, y que consistía en una cámara con una unidad de grabación. Pero lo comercializó en el mercado norteamericano en 1968.¹⁵

En 1968 La Ampex Corporation produjo el primer video-tape-recorder en color.

¹³ Russo, Eduardo. *Diccionario de cine*. Paidós. Buenos Aires. 1998. p 249.

¹⁴ Ulanovski y otros. Entrevista a Luis Clur. p189. *Estamos en el aire*. Planeta. Buenos Aires. 1994.

¹⁵ Bonet, Eugeni y otros. *En torno al video*. Gustavo Gili. Barcelona. 1980.

En 1971 se inauguró el primer mercado internacional de videocasetes en Cannes, con la participación de 625 empresas y un total de 40 tipos diferentes de equipos.

En 1972 Sony lanzó al mercado internacional el *U-matic*, videocasete de $\frac{3}{4}$ pulgada.

El video tape empezó a utilizarse en otros ámbitos, ajenos al medio televisivo: para la investigación, la terapia, la docencia, la medicina, para usos militares. También surgieron las primeras incursiones del video-arte.

En la producción televisiva de nuestro país aparecieron programas periodísticos que empezaron a utilizar equipos denominados ENG (Electronic News Gathering),¹⁶ cámaras con grabadores portátiles de cinta magnética de televisión. Estas cámaras permitieron, gracias a su tamaño y peso, registrar horas de rodaje con sonido directo y le brindaron al medio televisivo una velocidad de respuesta para cubrir acontecimientos que resultaba inédita hasta entonces, ya que le otorgaba movilidad y autonomía para producir noticias desde el lugar de los hechos.

El primer programa que utilizó esta tecnología fue *Videoshow* en 1977, para canal 11. También incorporaron esta tecnología (que se la solía llamar “la máquina de mirar”) *Mónica presenta* en canal 13 y otros ciclos realizados por productoras independientes.¹⁷ Gracias al éxito de estos programas la gente comenzó a familiarizarse con los usos de los equipos portátiles.

Aparición del video hogareño

A mediados de los años setenta aparecieron los formatos de video doméstico. En 1975 surgió el videocasete doméstico, primer avance importante en el acercamiento del video al hogar, ya que la cinta estaba preparada en un cómodo casete.

Para reproducir o grabar los videocasetes aparecieron dos sistemas de video hogareño, que posibilitaron el acceso al video a usuarios que no estaban familiarizados con esta tecnología.

¹⁶ Recopilación electrónica de noticias.

¹⁷ Ulanovski, Carlos y otros. *Estamos en el aire*. Planeta. Buenos Aires. 1994. p. 358-359.

En 1975 la empresa Sony lanzó el *Betamax*, primer sistema de video hogareño. Al año siguiente JVC comercializó el formato *VHS* (Video Home System).

Entre estos dos formatos (que eran incompatibles entre sí) se dio una pelea para quedarse con el mercado hogareño. Fue finalmente JVC con el VHS quien ganó la batalla y se impuso en la mayoría de los países del mundo.

Esta evolución tecnológica, sumada a intereses comerciales, permitió introducir al video en el hogar.

Desde lo comercial, su importancia radicó en la hegemonía del hardware, de los equipos, como observa Octavio Getino: “Su principal base de sustentación es la constante renovación de equipos cada vez más sofisticados y al alcance de mayores sectores de consumidores. Innovar se convierte en un requisito indispensable para la producción industrial y la rentabilidad económica de las empresas del audiovisual y hace a la lógica de su propia supervivencia.”¹⁸

Así, han aparecido desde mediados de la década del ochenta una gran variedad de modelos de videograbadoras y sobre todo de distintos formatos profesionales (Betacam SP, D1, D2), semi-profesionales (Súper VHS) y domésticos (VHS-C, 8mm) de videocasetes y cámaras, cada vez más pequeñas y sofisticadas.

En Argentina

La década del ochenta es una etapa donde se produjeron cambios tecnológicos y económicos en la industria de las comunicaciones en la Argentina. En el sector televisivo comenzaron las transmisiones en color, apareció la difusión de sistemas de televisión por cable, la televisión codificada, el control remoto, la transmisión vía satélite, la compresión digital, la fibra óptica, las aplicaciones futuras de la televisión de alta definición y la televisión interactiva.

Como señalaban Héctor Schmucler y Patricia Terrero: “las tendencias actuales a la convergencia entre telecomunicaciones y televisión, modifican sustantivamente las condiciones de producción y distribución de la información y el entretenimiento,

¹⁸ Getino, Octavio. *La tercera mirada*. Paidós. Buenos Aires. 1996. p.189-190.

aumentan las posibilidades de la pantalla doméstica de ofrecer servicios interactivos, generan la aparición de nuevos hábitos de consumo audiovisual y redefinen, en consecuencia, las características del medio y sus usos actuales”.¹⁹

En nuestro país el video doméstico se desarrolló en esta década. A principios de los años ochenta ingresaron videocaseteras que venían de países extranjeros, principalmente de EEUU, Paraguay y Brasil.

En 1983 existían en el país unas 80.000 aparatos, 120 videoclubes y 5 editoras que proveían títulos con copias de buena calidad, aunque eran pocos los que pagaban derechos de autor.²⁰

En 1984 muchas empresas instalaron fábricas en el sur del país para producir aparatos, beneficiadas con la exención de impuestos que permitió abaratar costos: Radio Victoria (Hitachi), Audinac (JVC), Philco, Noblex, Grundig y Sanyo fueron las pioneras;²¹ mientras se establecían las primeras editoras legales y los videoclubes.

La videocasetera marcó el inicio de cambios en la cultura audiovisual. Aunque al principio el usuario no sabía bien las posibilidades de su utilización, ya que la mayoría de la gente compraba la videograbadora sólo para ver películas en casa. Sin embargo, ese fue un primer paso significativo. Empezó a tener una relación diferente en la forma de ver materiales audiovisuales, le dio autonomía para armar su programación y no dependía de la temporalidad que imponía el mensaje televisivo. Pero esos cambios se dieron en un proceso más prolongado, que analizaré en el capítulo cuatro.

Hasta ese momento las opciones de consumo audiovisual eran el cine y la televisión, cada uno con características particulares.²²

En 1985 había 120.000 aparatos y 400 videoclubes en todo el país; además existían 15 editoras, que sacaban un promedio de entre 80 y 100 títulos al mes.

¹⁹ Schmucler, Héctor y Terrero, Patricia. *Innovaciones tecnológicas y transformación de la televisión en Argentina*. En revista Voces y Culturas N° 9. Barcelona. 1996.

²⁰ Carnevale, Jorge. “Los sueños en cajita” En revista Noticias. Marzo de 1993.

²¹ Ibid.

²² Estas características y el panorama audiovisual se desarrollarán en el siguiente capítulo.

En 1986 hubo un significativo incremento: 560 videoclubes (160 de ellos en la Capital Federal) y más de 200.000 videocaseteras.

De 1986 a 1992 son años de un desarrollo desmesurado. Una gran cantidad de gente se lanzaba al mercado y ponía un videoclub. Para 1992 había en el país 8000 videoclubes y 120 editoras, que lanzaban al mercado unos 200 títulos al mes, más que lo que se editaba en Francia, España o Inglaterra. No había mercado que pudiera absorber esa cifra.

A fines de la década del ochenta aparecieron las camcorders, unidades de grabación que integraban, gracias al CCD,²³ la cámara y la unidad de grabación en un solo cuerpo. Antes estas dos unidades estaban por separado, lo cual dificultaba la práctica de registro. Las camcorders facilitaron el uso de la cámara de video.

En la década del noventa se masificó la compra de cámaras, que profundizó más el cambio en la relación del usuario común con lo audiovisual, que como señalé anteriormente se había iniciado antes con la compra de la videograbadora. Ahora lo volvía aún más activo, porque comenzó a producir sus propios materiales de registro familiar o se los encargaba a gente especializada en video. Fueron los años donde hubo un notable crecimiento del video de celebración familiar: bautismos, casamientos, cumpleaños de 15 o fiestas escolares.

Entre 1993 y 1998 cerraron 5.000 videoclubes. Fue un descenso lógico ante un desarrollo tan rápido y desmedido. La crisis económica de 1989, la saturación y la competencia de nuevas ofertas (fueron los años del crecimiento de la TV por cable, TV satelital y la creación de los complejos cinematográficos) hicieron que el video tuviera un retroceso proporcionalmente inverso a su crecimiento. Se mantuvieron apenas 15 editoras.

Luego de una caída comercial tan profunda, sobrevivió un período de cierta estabilidad. Los videoclubes más grandes se pudieron mantener, sumado a algunos barriales, que subsistieron por su proximidad con el hogar. Además, apareció la venta directa de películas y de remanentes (pre-alquilados, a precios muy accesibles). La inseguridad, la opción de un entretenimiento cómodo y económico (una entrada de cine era cara) hacían del video una alternativa atractiva de ocio en el hogar, para compartir en familia o con amigos. Aunque se editaban pocos títulos.

²³ Micro circuito integrado de transferencia de imagen que no ocupa lugar.

Para 1999 había en Argentina 5 millones de videograbadoras y asomaba lentamente el crecimiento de un 20% en los alquileres y la venta directa.

El DVD (de lo analógico a lo digital)

El DVD (Digital Video Disk) es una tecnología digital que mejoró el formato hogareño del video respecto de la calidad de imagen y sonido, con mayor información (4,7 GB de datos) y comodidad debido a su tamaño, similar al de un CD.

Se lanzó al mercado mundial en 1997, pero en nuestro país comenzó a desarrollarse unos años más tarde. Y desplazó al VHS en pocos años. En 2003 se notó esta tendencia en el consumo en los hogares de la clase media. Se vendieron el doble del año anterior (65 mil aparatos) y el 25% de lo que se alquilaba en los videoclubes eran películas en formato DVD.²⁴ En 2006 había 4 millones de reproductores.

En 2007 el 80% de los alquileres era en DVD, y el 40% de los hogares ya tenía un aparato reproductor que costaba entre 200 y 350 pesos.²⁵

Hacia el Blu Ray

En 2008 el formato *Blu-ray*, fomentado por las empresas Sony, Philips y Pioneer logró imponerse a su rival HD DVD de Toshiba, que en febrero confirmó oficialmente que dejaría de desarrollar y fomentar el estándar HD DVD.

Las lectoras de Blu-ray también pueden reproducir DVD y CD de audio. Con el mismo tamaño que un CD, el formato que reemplazará al DVD permite almacenar hasta 50 GB de datos, y varias horas de video de gran calidad.²⁶ En nuestro país actualmente²⁷ cuestan 1.800 pesos.

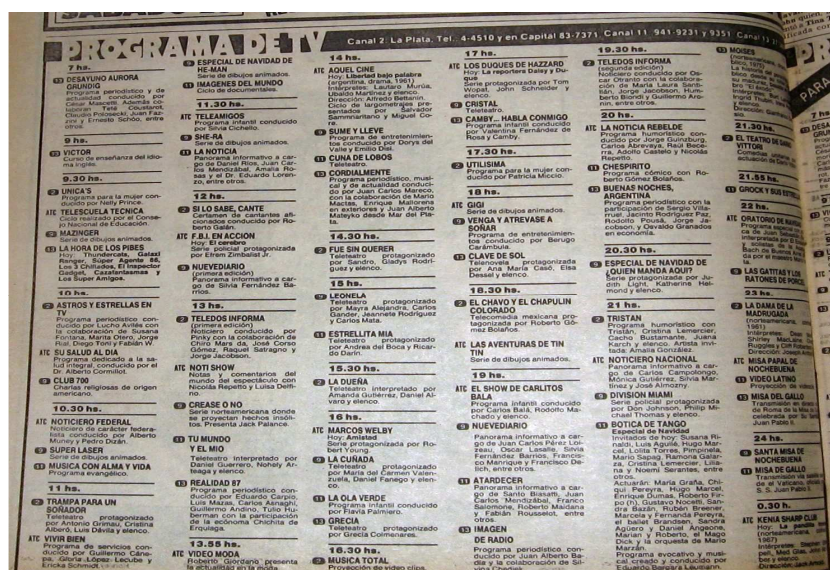
²⁴ Giubelino, Marcos. "De a poco, el DVD empieza a desplazar a la videocasetera" En diario Clarín, 15 de septiembre de 2003.

²⁵ En diario Clarín, sección economía. 17 de marzo de 2007.

²⁶ En diario La Nación, 7 de abril de 2008.

²⁷ El precio corresponde a marzo de 2010.

El panorama audiovisual antes del video



Como señalé en la introducción, la tesis se refiere a usos y costumbres de la cultura audiovisual respecto del video en un período histórico determinado, que va desde que aparecieron las primeras videocaseteras en Argentina (1981) hasta que se instaló masivamente en el hogar (1998).²⁸

En este capítulo expongo cuál era el paisaje de la oferta audiovisual hasta el momento en que hizo su aparición el video hogareño.

¿Por qué razones el video doméstico tuvo tan buena y rápida recepción en el hogar? ¿Qué necesidades se cubrieron con su utilización?

Para responder estos interrogantes creo necesario analizar primero el contexto dentro del cual se incorporó el objeto de estudio, qué opciones tenía un espectador en Argentina para ver materiales audiovisuales, y bajo qué condiciones.

La oferta audiovisual previa a la aparición del video hogareño era pobre; un espectador tenía acceso a la cultura audiovisual principalmente desde el cine (en algunas ciudades grandes del país, ya que en muchos pueblos del interior ya no había) y la televisión: los canales de Capital Federal (7, 9, 11 y 13) y los canales locales. La red de televisión abierta, hacia la década del ochenta, presentaba 41 canales y 39 repetidoras. Cabe destacar que siempre hubo una fuerte dependencia de la programación por los cuatro canales de Buenos Aires (la producción regional era de entre el 3 y 7% de la programación total).²⁹

En algunas ciudades del país las señales televisivas no llegaban o eran deficientes, lo que dio origen a los primeros sistemas de televisión por cable, que desde la década del sesenta tuvo una primera etapa de expansión en el interior del país.³⁰

Había otras alternativas menos masivas: cineclubes, entidades culturales o el formato súper 8.

²⁸ En 1992 fue el pico máximo de videoclubes: 8000 en todo el país. Luego esa cifra cayó considerablemente, pero el video ya estaba instalado en los hogares.

²⁹ Schmucler, Héctor y Terrero, Patricia. "Innovaciones tecnológicas y transformación de la televisión en Argentina". En revista Voces y Culturas N° 9. Barcelona. 1996. p. 61.

³⁰ Recién en 1986 por el decreto 1613 se permite el transporte de señales vía satélite y su comercialización en todo el país. A partir de entonces el satélite va a ser la vía básica de transmisión de la programación, que va a multiplicar la oferta de canales por cable, pero a partir de la década de los noventa. Ibid p.63.

Todas estas opciones estaban condicionadas y restringidas por diversos factores.

Salvo Capital Federal y el gran Buenos Aires, en Argentina la cultura audiovisual estaba acotada; y en muchos lugares era muy escasa o casi nula.

El consumo audiovisual del espectador, un poco de historia

El cine

El primer contacto del espectador con la comunicación audiovisual³¹ fue el cine. Y durante décadas, hasta la aparición de la televisión, fue el único modo de consumo audiovisual.

Salvo el primer período de convivencia entre el kinetoscopio³² de Edison (1893) y el cinematógrafo de los hermanos Lumiere (1895), el cine siempre fue de exhibición colectiva. Heredó esta característica del teatro y del circo.

Desde el período mudo hasta la actualidad, el hábito de “ir al cine” básicamente ha sido el mismo: la gente se desplaza de su hogar para presenciar un entretenimiento en una sala que comparte con otras personas. En forma anónima y en silencio; es una situación con un contrato cultural muy especial.³³ Es una salida (del hogar) para disfrutar un espectáculo público.

Este rito hace que durante la proyección de una película se produzca un efecto contagioso muy particular entre los espectadores. Si es una comedia, las carcajadas se multiplican y se propagan; hay una complicidad social anónima compartida por los espectadores allí presentes que reverbera en todo el lugar. Si por el contrario en el filme hay mucha carga dramática, se puede sentir la tensión en la sala, sensación que es reemplazada por un alivio general cuando la acción se distiende.

³¹ El sonido en el cine aparece en 1927 con la película “El cantor de Jazz”, de la empresa Warner. En Argentina se demoró por cuestiones técnicas de implementación y comenzó en 1933, con la película Tango.

³² El kinetoscopio de Edison era un aparato de visión individual.

³³ Si bien este ritual ha cambiado en la actualidad por varias razones, en el período estudiado se mantenía como una costumbre típica.

La industria cinematográfica se consolidó a comienzos de la década del treinta en la Argentina, si bien las primeras películas de los hermanos Lumiere llegaron a nuestro país en 1896, y a su vez hubo algunas producciones nacionales en esos primeros 35 años.

En 1931 se fundaron los estudios Lumiton y Argentina Sono Film, grandes construcciones concebidas a la manera de Hollywood, donde se filmarían los éxitos comerciales de los años siguientes, la época de oro del cine argentino,³⁴ que “logró afirmarse con temas, personajes y tratamientos originados en la cultura popular”.³⁵ En 1932 se produjeron 2 películas, pero para 1939 se hicieron 50. El período de máxima producción se dio en la década siguiente, sobre todo hasta 1945.

La concurrencia a las salas cinematográficas durante esos años eran masivas, y los espectadores veían mucho cine nacional. La costumbre además se complementaba generalmente con la salida a comer a un restaurante luego de ver la película.

La rutina semanal del cine en Buenos Aires, como rememora una nota del diario Clarín, solía ser así: “En un comienzo, los cines de barrio daban programas triples; después, a fines de los 50, hubieron (sic) programas dobles y, en simultáneo con el centro, los estrenos. El martes era día de damas; los jueves era un día muy fuerte: en el centro había gente pendiente de los estrenos, y en los barrios, mucho público, porque era el franco de las mucamas (era el día en que se llenaban los cines de Santa Fe: el Grand Splendid, el Capitol, el Palais Blue, el Palais Blanc)”.³⁶

La ficción (películas y seriales)³⁷ en primer lugar y el noticiero,³⁸ fueron los formatos que vio durante años el espectador de cine. Un promedio de cuatro a seis horas semanales de consumo audiovisual.

³⁴ Varela, Mirta. *La televisión criolla*. p.107.

³⁵ Getino, Octavio. *La tercera mirada*. p.140.

³⁶ “Cine, el arte del siglo”. En diario Clarín, 25 de julio de 1999.

³⁷ Los seriales nacieron en la etapa del cine mudo, derivados del folletín por entregas. Desarrollaban una historia en capítulos cortos, de unos cuarenta minutos y solían dejar una tensa situación que se resolvía en el siguiente capítulo. Ya en su época sonora y hasta los años cincuenta los seriales se expandieron en diversos géneros: western (El llanero solitario), Ciencia ficción (Buck Rogers, Flash Gordon) o extraídos de los cómics de superhéroes (Batman, Superman, Dick Tracy). Russo, Eduardo. *Diccionario de cine*. Paidós. Buenos Aires. 1998.

³⁸ El primer noticiero con cierta periodicidad lo realiza Federico Valle con su empresa Film Revista Valle, con más de mil ediciones en el período 1922-30. Luego los noticieros cinematográficos resurgieron en la época dorada de la industria nacional. Eran noticieros de producción semanal, con sus líneas editoriales sujetas a la ideología del gobierno. La realizaban estudios de cine o empresas de publicidad fílmica. El más conocido fue Sucesos Argentinos, que surgió en 1938. También estaban Noticiero Panamericano (Argentina Sono Film), Reflejos Argentinos (Estudios San Miguel) y Sucesos de las Américas (Emelco).

Luego, en la década del cincuenta, hubo un cambio en la estrategia de la producción nacional y eso afectó la concurrencia a las salas. Como señala Octavio Getino: “en el caso argentino incidió una política empresarial dirigida a internacionalizar o a jerarquizar su cine, política que significó el abandono gradual de los temas vinculados a la cultura popular, que fueron gradualmente sustituidos por adaptaciones de famosas obras literarias europeas, a las cuales se les pretendía dar un tratamiento refinado. Se buscaba ganar el mercado de los sectores sociales medio y alto, invariablemente hostiles al cine nacional –y a la cultura en la que él se había sostenido- tendiendo a incrementar las ventas a nivel local e internacional”.³⁹

La televisión

La aparición de la televisión (que luego de la segunda guerra mundial tuvo una rápida expansión a nivel mundial) también afectó al cine en todo el mundo. Así lo marca Javier Coma, que si bien se refiere a los EEUU a finales de la década del cuarenta, describe un fenómeno que, antes o después, se dio en todo el mundo:

“La comercialización de la televisión abre un período de paulatina mengua de espectadores cinematográficos. Aún no se aprecia en este año (1948), para el que se mantiene -por última vez- la media semanal de noventa millones, pero será traumática realidad en el siguiente. El inmediato auge de la TV se verá beneficiado por dos típicos fenómenos de la posguerra: el espectacular aumento de la natalidad, que recluye una elevada población en los hogares, y la enorme expansión de la sociedad de consumo, que ocasiona distintas modas de entretenimiento. Se fabrica un millón de aparatos de televisión, cifra triplicada en 1949 y extendida a siete millones y medio en 1950”.⁴⁰

En Argentina el impacto de la televisión sobre el cine también se sintió: “La televisión arrasa con todo, en especial con el cine: el sector empresario revela que la pantalla chica ha hecho que se oscurezcan para siempre cuatrocientas salas con grandes pantallas de Buenos Aires y el Gran Buenos Aires”.⁴¹

En algunos casos su distribución alcanzaba a otros países latinoamericanos. Se proyectaban antes de las películas. Remedi, Claudio. “Apuntes para una historia del cine documental Argentino”. www.docacine.com.ar

³⁹ Getino, Octavio. *La tercera mirada*. Paidós. Buenos Aires. 1996. p.142.

⁴⁰ Coma, Javier. *El esplendor y el éxtasis. Historia del cine americano/2 (1930-1960)* p.34-35.

⁴¹ Ulanovski, Carlos y otros. *Estamos en el aire*. Planeta. Buenos Aires. 1994. p.171.

El hecho de que la aparición de la televisión le restara mucha gente al cine es un claro síntoma de un importante cambio cultural: el entretenimiento audiovisual se desplazaba al hogar.

La televisión en nuestro país -si bien se inauguró en 1951-⁴² se expandió masivamente más tarde, a comienzos de la década del sesenta,⁴³ en un momento de retracción de la industria cultural, en particular del libro y el cine. Durante la década del cincuenta la televisión fue un medio de acceso limitado.

Según la especialista Mirta Varela “hay dos momentos donde se notan los grandes saltos en los que la televisión se transforma en masiva: uno es el 58, cuando la cantidad de televisores aumenta de manera muy importante. Los televisores se abaratan, con lo cual se multiplican por Buenos Aires...y después, entre 1962 y 1964 ocurre la gran expansión: ya instalados los canales privados, hay una transformación de la recepción y un cambio muy importante de lo que ofrece la televisión... en ese momento es cuando realmente comienza una recepción, una aceptación de tal intensidad que el televisor empieza a ser el elemento clave del living (...) En la década del 50 el ir a ver televisión significa discontinuar rutinas de la vida cotidiana, en la década del 60 la TV ya está definitivamente incorporada, aunque tiene un horario muy reducido para lo que nosotros hoy concebimos”.⁴⁴

Ya no estaba solamente el cine para entretenerse e informarse. La televisión, que fue diseñada para verse en el hogar y que se desarrolló muy rápidamente como medio de comunicación masivo, apareció como una nueva opción que aumentó el promedio de consumo audiovisual. Con la expansión de la televisión, el gran público fue tomando contacto con otros géneros audiovisuales. La televisión generó nuevos productos que fueron transformando al espectador, que ya no veía solamente películas, seriales y noticieros cinematográficos. El nuevo medio, con su diversidad de contenidos, generó en el espectador nuevos hábitos de consumo.

Entre los principales motivos por los cuales la televisión modificó costumbres en el modo de ver lo audiovisual se pueden señalar:

⁴² 17 de octubre de 1951. Canal 7 fue el único canal hasta 1960.

⁴³ En 1960 aparecen los primeros canales privados de Bs. As. Canal 13 y canal 9. En 1961 nace canal 11.

⁴⁴ En diario Clarín, 2 de octubre de 2005. Entrevista de Claudio Martyniuk.

- Era un medio generador de información que tenía una modalidad de comunicación muy particular: transmisión de imágenes y sonidos y su recepción simultánea. Como observa Santos Zunzunegui: “la televisión se transmite y ese flujo televisivo forma una envoltura audiovisual cuyo punto de partida se encuentra en la existencia de un emisor permanente y múltiples receptores sintonizados”.⁴⁵ Asimismo, ese flujo televisivo llegaba al espectador en forma inmediata: el directo televisivo. A este sistema de comunicación se lo llamó broadcasting (emisión masiva).
- Modificó las condiciones de recepción impuestas por el cine; buscó su público potencial en el centro del hogar: el living. Esto marcó una diferencia en la tradición de entretenimiento audiovisual que tenía el cine, el espectador tenía acceso a una serie de ofertas variadas sin necesidad de salir de su hogar. Inclusive no sólo podía ver películas, noticieros o seriales, sino otras ofertas que el cine no le brindaba: series, eventos deportivos, obras de teatro, programas políticos, conciertos musicales, programas de cocina, infantiles, etc. La programación de la televisión, como marca Raymond Williams, se resolvió de manera “parasitaria”, fue tomando contenidos de diversas fuentes: sucesos deportivos, eventos políticos, la música, el cine, el teatro. Luego, con el medio más desarrollado, la programación televisiva fue encontrando también, como afirma Cristian Metz, “toda una serie de géneros narrativos (mesas redondas, magazines, informativos, concursos, programas didácticos) que son, prácticamente, específicos de ella”.⁴⁶
- Su carácter de espectáculo gratuito (recordemos que la aparición del cable es muy posterior) generó una audiencia masiva y heterogénea.
- La recepción del mensaje en un marco que sólo permitía un visionado semiatento, con un grado de concentración más difuso. Las condiciones lumínicas y sonoras del ambiente las ponía el espectador, que además podía hacer otras cosas mientras miraba televisión: comer, planchar, hablar por teléfono. En ese sentido se parecía a su medio masivo antecesor, la radio.
- Se podía intervenir en la señal que llegaba al televisor: modificar el audio, el brillo, el contraste o cambiar de canal. Esto marca una diferencia en la relación del espectador de cine con el modo de ver lo audiovisual, de simple espectador

⁴⁵ Zunzunegui, Santos. *Pensar la imagen*. Cátedra. Madrid. 1987.

⁴⁶ Ibid.

inmóvil (aunque activo en cuanto a que piensa, siente o reflexiona sobre lo que ve) pasa a tener dominio y control de la imagen y el sonido; podía interponerse activamente.

La aldea global

En pocas décadas la televisión se convirtió en el medio de comunicación masivo de mayor penetración en las sociedades de todo el mundo. Como marca Román Gubern la televisión fue “el gran colonizador del tiempo del ocio”⁴⁷ por sobre otras actividades (lecturas, conversaciones, música). Además se convertía en el centro en torno del cual se organizaba la vida familiar. Roger Silverstone, por su parte, observa que “también forma parte de nuestra cultura hogareña por otras razones: su programación y sus horarios nos proporcionan estructuras y modelos de la vida doméstica, o por lo menos, de ciertas versiones de la vida doméstica”.⁴⁸

El aparato inclusive se disputaba como un trofeo en la familia para ver la televisión en determinados horarios. Recordemos que hasta los años ochenta había sólo un televisor por casa.

La década del sesenta es una etapa marcada por una fuerte modernización en las costumbres de varios sectores de la sociedad: las familias, los jóvenes, los hábitos alimentarios, la música, la moda. La televisión, según afirma Mirta Varela, “logra colocar esa modernización de las costumbres en escena. Es el medio que construye las imágenes hegemónicas de esa modernización”.⁴⁹ Todos esos cambios en las costumbres fueron instalados por el discurso televisivo.

Un ejemplo claro de cómo la televisión influyó en la vida cotidiana fue la transmisión vía satélite⁵⁰ de la llegada del hombre a la luna, en julio de 1969.

El crítico de televisión Luis María Hermida sostiene que “El descenso del hombre en la luna, en la madrugada del 21 de julio de 1969, marcará un hito

⁴⁷ Gubern, Román. El simio informatizado, capítulo 5. Fundesco. Madrid. 1987.

⁴⁸ Silverstone, Roger. *Televisión y vida cotidiana*. Amorrortu editores. Buenos Aires. 1996.

⁴⁹ Varela, Mirta. En diario Clarín. 2 de octubre de 2005.

⁵⁰ En mayo de 1969 se inaugura en Argentina la primera Estación Terrena de Comunicaciones Vía Satélite, situada en Balcarce, provincia de Buenos Aires. Mirta Varela. *La televisión Criolla*. Edhasa. Buenos Aires. 2005.

tecnológico (la emisión vía satélite) que habrá de modificar radical y definitivamente los alcances del medio”.⁵¹

Escribe Mirta Varela:

“La llegada del hombre a la luna, con una audiencia estimada en 1.000 millones de personas, fue indudablemente un acontecimiento televisivo. La minuciosa planificación de las transmisiones por parte de la NASA y la necesidad de mostrar un gran espectáculo hollywoodense a escala global como parte de las estrategias simbólicas desplegadas por el gobierno norteamericano durante la guerra fría, convirtieron la transmisión en un show histórico que dio por ganada la carrera espacial que venían desarrollando Estados Unidos y la Unión Soviética desde el fin de la segunda guerra mundial”.⁵²

Más allá del alcance y las posibilidades de la tecnología, analizar el significado de que millones de personas comentaran al otro día un acontecimiento que habían visto al mismo tiempo y en todo el mundo, pone a la televisión en un lugar de relevancia para el espectador en su vida cotidiana: había presenciado algo único e irrepetible; y si se lo había perdido quedaba afuera de “la conversación” del momento.

Sobre este tema el sociólogo Luis Alberto Quevedo explica que “el vínculo que establece el televidente con el televisor es uno de los más difíciles de entender. Una de sus características consiste en que el espectador desea ver ciertos programas porque hay millones de personas que los ven y él no se quiere quedar afuera de las conversaciones. Ocurre que en definitiva, la televisión no es una tecnología, sino un discurso: construye lazos con los otros, con las demás personas”.⁵³

La posesión de aparatos de televisión en Argentina hasta el año 1965 era del 65% de los hogares; en 1970, del 80% y a partir de 1975 supera el 90%.⁵⁴

El mundial de fútbol de 1978 produjo además un fenómeno nuevo en el consumo de la televisión. El televisor se empezó a poner en los bares para ver los partidos, aunque una vez que finalizó el mundial, los aparatos fueron retirados. La

⁵¹ Hermida, Luis María y Satas, Valeria. *TVmania*. Sudamericana. Buenos Aires. 1999. p.23.

⁵² Varela, Mirta. *La televisión Criolla*. Edhasa. Buenos Aires. 2005. p.237.

⁵³ En diario La Nación, 24 de febrero de 2007. Entrevista de Adriana Schettini.

⁵⁴ Schmucler, Héctor y Terrero, Patricia. “Innovaciones tecnológicas y transformación de la televisión en Argentina”. En revista Voces y Culturas N° 9. Barcelona. 1996. p.61.

instalación definitiva del televisor en los bares se dio en el mundial siguiente (España 1982). Para ese año muchos hogares tenían más de un televisor.

La aparición de la televisión en color en nuestro país produjo una revitalización del medio. La norma elegida fue PAL N. Muchos inclusive tenían el televisor antes de la primera transmisión (1º de mayo de 1980).

Como se recuerda en el libro *Estamos en el aire*: “Faltan seis días para el lanzamiento y la Secretaría de Comercio desaconseja la compra de televisores argentinos porque están muy caros. La industria pide mayores medidas de protección, hay mucha oferta de importados y los televisores que traen los viajeros tienen exenciones de privilegio”.⁵⁵

Los televisores que venían del extranjero tenían que ser adaptados al sistema PAL N, ya que EEUU tenía la norma NTSC (eran más caros para adaptar) y en Brasil PAL M.

Uno de los caminos más populares para conseguir un televisor era viajar a la frontera, previa travesía por Paso de los Libres, Corrientes: “Los fines de semana recibe a dieciocho mil turistas de paso hacia un auténtico santuario del color: Uruguayana, Brasil...en la vecina localidad brasileña se calcula que se venden por día entre cuatro y seis mil televisores a 1.200.000/1.500.000 pesos, un millón de pesos menos que los ofrecidos en la Argentina”.⁵⁶

A través del decreto N° 17.619 durante el gobierno peronista en 1974 se dispuso la caducidad de las licencias de los canales privados de Buenos Aires (9, 11 y 13) y éstos pasaron al Estado hasta –dictadura militar y restitución democrática mediante- 1989, con la excepción de canal 9, que fue privatizado en 1984.

Los canales de aire transmitían su programación desde la media mañana hasta la medianoche.

Hasta mediados de la década de 1980, la comunicación televisiva mantenía con el espectador una verticalidad unidireccional en el envío de mensajes. Todo lo que podía ver el espectador dependía de lo que enviaran los canales de televisión, que

⁵⁵ Ulanovsky, Carlos y otros. *Estamos en el aire*. Planeta. Buenos Aires. 1994. p.380.

⁵⁶ Ibid p.385.

decidía e imponía sus condiciones en todo sentido: programas, horarios, publicidades. El espectador tenía ciertos condicionamientos y una dependencia de la cual no podía escapar. Si quería ver un programa debía sentarse a esa hora para no perderselo. La familia se reunía alrededor del televisor para ver los programas.

Radiografía de la oferta audiovisual

En resumen, hasta la primera mitad de la década del ochenta un espectador, para ver materiales audiovisuales, tenía estas opciones:

- Podía ver una película (o en menor medida un documental) en el cine, durante su permanencia en cartel, desde su estreno comercial. Este tiempo oscilaba entre una o varias semanas; para que la película siguiera exhibiéndose, dependía de la media.⁵⁷
- Podía mirar televisión, que si bien ofrecía una oferta variada por la diversidad de géneros narrativos que abarcaba, estaba muy acotada en cuanto a los horarios, a los contenidos; y en muchos lugares del país limitada por la poca cantidad de canales.

La TV siempre incluyó muchas películas en su programación.⁵⁸ Pero sus condiciones de recepción eran muy distintas a las del cine: baja definición, relación de aspecto 4:3, doblaje, interminables tandas publicitarias y, en algunos casos, sin su duración original y sin los créditos finales. Como indica el especialista Pablo Sirvén, “el producto cinematográfico, en su traslación a la TV, resulta, por lo general, demasiado perjudicado”.⁵⁹

- Podía concurrir a un cineclub, entidad dedicada a la difusión de la cultura cinematográfica que, por fuera del circuito comercial, proyectaba películas. En ese tiempo había en el país alrededor de 40 cineclubes.⁶⁰

⁵⁷ La “media” es el umbral mínimo de espectadores que tiene una película desde el jueves hasta el domingo para que permanezca en cartel. Si no llega a esa cifra, se deja de exhibir la película.

⁵⁸ Para que se pudiera ver por TV una película que se había dado en el cine había que esperar un mínimo de 2 años desde la bajada de cartel.

⁵⁹ Sirvén, Pablo. *Quién te ha visto y quién TV*. Ediciones de la Flor. Buenos Aires. Segunda edición, corregida y actualizada. 1998. p.244.

⁶⁰ Barberena, Martín. Entrevista propia a Alfredo Scaglia, Presidente de la Federación Argentina de Cine Clubes. Agosto de 2008.

- Existían proyecciones de cine alternativos en lugares tales como embajadas o entidades culturales que ofrecían ocasionales ciclos de directores, géneros o corrientes cinematográficas.
- Podía alquilar una película en formato súper 8, que en esa época tenía un catálogo con algunas películas comerciales que se ya se habían estrenado en las salas cinematográficas tiempo atrás.⁶¹ Pero este formato tenía un uso muy acotado. La calidad no era buena, la oferta era muy escasa (no había mercado) y la proyección muy incómoda; porque los largometrajes venían en dos o más carretes a los que había que cambiar y luego rebobinar. Esta incomodidad fue una de las causas por las cuales el sistema tuvo tan poca aprobación. En el uso, el formato resultaba muy limitado.

Aunque tuvo escasa aceptación, el formato súper 8 aparece como un antecedente importante del video hogareño, pese a las diferencias tecnológicas que tenían. Sobre todo por la posibilidad de “ver cine en casa” y poder registrar materiales familiares. Entre las diferencias más notorias están que el video resultó mucho más práctico y barato para el usuario (por varios motivos que se desarrollarán en el capítulo cuatro), por lo que obtuvo una masiva aceptación que el súper 8 nunca logró.

En suma, las alternativas para el consumo audiovisual eran muy limitadas en varios sentidos: en el horario, en cuanto a la elección de qué ver. Sobre todo si la analizamos desde una perspectiva con el panorama actual, o inclusive de la década del noventa.

Además, cada opción tenía sus propias características en cuanto a las costumbres de consumo y también en la recepción del espectáculo, que son relevantes para entender los cambios culturales que vinieron después.

Este era el contexto en el que apareció la videocasetera. Un paisaje determinado por la escasez de opciones y el condicionamiento del espectador, que dependía de muchos factores para ver materiales audiovisuales.

⁶¹ El Súper 8 fue un formato que la empresa Kodak introdujo en el mercado en 1965 para grabaciones caseras, pero que también servían para proyectar películas comerciales que se lanzaban en ese formato para ver en el hogar. Estaba la cámara para filmar (a esa película había que revelarla) y el proyector para ver los filmes.

El Hogar



**toda la tv
en la mano...**

Sin moverse!!
desde su asiento o desde
su cama, controle todo
la televisión con el único re-
mota del mundo que se ma-
neja a distancia
en alambres!!

modelo
radio 70
ZENITH
la
control
remoto

ARKIV
PERU CO

ZENITH único a control remoto
ZENITH único con 113 contactos de oro
ZENITH hecho totalmente a mano
ZENITH EL TELEVISOR MAS
FINO DEL MUNDO

un producto de

TELESUD PERUANA
JIRON MORGUEÑA 280-874

hay cinco modelos 1970 de televisores ZENITH (2 con control remoto todos con super facilidades... 16.

Scioli PONE A SU ALCANCE

10 CUOTAS FIJAS

CON SU TARJETA*

-DEBITO AUTOMATICO EN SU CUENTA-

* Con tarjeta de crédito de cualquier banco. Se debe pagar el primer pago al momento de la compra. El resto de las cuotas se descontará automáticamente de la cuenta de crédito. Se debe pagar el primer pago al momento de la compra. El resto de las cuotas se descontará automáticamente de la cuenta de crédito. Se debe pagar el primer pago al momento de la compra. El resto de las cuotas se descontará automáticamente de la cuenta de crédito.

10 CUOTAS de \$ 46⁹⁰
Paga 10 cuotas de \$ 46.900 cada una.

10 CUOTAS de \$ 69⁹⁰
Paga 10 cuotas de \$ 69.900 cada una.

10 CUOTAS de \$ 62⁹⁰
Paga 10 cuotas de \$ 62.900 cada una.

10 CUOTAS de \$ 149
Paga 10 cuotas de \$ 149.000 cada una.

10 CUOTAS de \$ 66⁹⁰
Paga 10 cuotas de \$ 66.900 cada una.

10 CUOTAS de \$ 45⁹⁰
Paga 10 cuotas de \$ 45.900 cada una.

10 CUOTAS de \$ 27⁹⁰
Paga 10 cuotas de \$ 27.900 cada una.

10 CUOTAS de \$ 37⁹⁰
Paga 10 cuotas de \$ 37.900 cada una.

10 CUOTAS de \$ 59⁹⁰
Paga 10 cuotas de \$ 59.900 cada una.

10 CUOTAS de \$ 56⁹⁰
Paga 10 cuotas de \$ 56.900 cada una.

STOKA LIMITADO

Scioli

* Con tarjeta de crédito de cualquier banco. Se debe pagar el primer pago al momento de la compra. El resto de las cuotas se descontará automáticamente de la cuenta de crédito. Se debe pagar el primer pago al momento de la compra. El resto de las cuotas se descontará automáticamente de la cuenta de crédito. Se debe pagar el primer pago al momento de la compra. El resto de las cuotas se descontará automáticamente de la cuenta de crédito.



El video apareció como un complemento del televisor, que tenía ya más de dos décadas en el centro del hogar. Quizá la descripción de algunas particularidades del “lugar” donde el video se instaló explique qué tipo de necesidades se fueron cubriendo en este refugio, cada vez más autosuficiente y sagrado para las familias.

Indagar cómo fue ese proceso que se dio en el hogar y cómo sus habitantes se relacionaron desde allí con el resto de la sociedad, con su tiempo libre y en particular con el consumo audiovisual.

En el momento de la llegada del video, el hogar estaba en un proceso de incorporación: la industria de electrodomésticos ya estaba bien instalada, con campañas de publicidad muy fuertes. Además, había una tendencia en las personas a equiparse con aparatos de entretenimiento para disfrutar en forma individual, en pareja o en familia. Paralelamente, las ciudades ya eran un espacio complicado, que lo hacían poco atractivo para salir en familia.

Un concepto amplio de hogar

La Real Academia Española, en algunas de sus definiciones, se refiere al hogar como “casa o domicilio” y también como “familia, grupo de personas emparentadas que viven juntas”. Pero el hogar es algo más que una casa o una familia. Para ampliar el concepto, Roger Silverstone afirma que el hogar “es un lugar, no un espacio; el hogar es una reivindicación que hacemos de un lugar”.⁶² Esta reclamación está cargada de una envergadura que las personas le otorgan. Porque el hogar también “es la base de nuestras acciones y es el lugar al que regresamos”.⁶³

Los hogares son mucho más que viviendas: “el hogar es el producto de nuestro compromiso práctico y emocional con un espacio dado”.⁶⁴ Es un lugar donde generalmente nos sentimos bien, seguros, cómodos. Uno se siente resguardado en su hogar, uno tiene intimidad. Se vuelve al hogar a descansar después de una dura jornada de trabajo; los chicos regresan al hogar luego de asistir a la escuela, de

⁶² Silverstone, Roger. *Televisión y vida cotidiana*. Buenos Aires. Amorrortu editores. 1996. p.54-57.

⁶³ Ibid.

⁶⁴ Ibid.

realizar otras actividades externas. Salimos de vacaciones para descansar, pero siempre retornamos al hogar.

Muchas veces le damos una idealización a ese territorio. Porque también en algunos casos la idea de hogar puede resultar diferente, contraria. Un lugar donde nos sentimos presos o incómodos. Como acotan Judith y Andrew Sixmith "las experiencias positivas y negativas del hogar son dos caras de la misma moneda: refugio o prisión, intimidad o aislamiento. De ahí que el hogar no sea algo que surja directamente del ambiente mismo, sino que es una función de la dialéctica persona-lugar."⁶⁵

Los medios en el hogar

El hogar tiene una fuerte carga emotiva, le damos un valor que construimos por el pasado y el presente, pero además incluimos en nuestra memoria personal a los medios de comunicación, como sostiene Silverstone: "Nuestras experiencias del hogar están determinadas por las circunstancias materiales de nuestra vida cotidiana y el modo como se recuerdan y evocan. Las historias del hogar corren como venas a lo largo del cuerpo social. Y esas historias ya no están libres de los medios".⁶⁶

El sitio que han ocupado los artefactos receptores de los medios de comunicación en la casa (primero la radio y luego el televisor), fueron espacios centrales. "El televisor ha ocupado en la célula familiar el lugar estratégico que antes ocupaba la chimenea chisporroteante, epicentro de la congregación nuclear",⁶⁷ observa Román Gubern.

Porque además, como indica Valerio Fuenzalida, "los cambios que se han producido al erigirse el hogar como la situación habitual de la TV son tan grandes como culturalmente invisibles".⁶⁸ Por un lado el hogar aparece como "una unidad sociocultural de necesidades"⁶⁹ según los estilos de vida y aspiraciones de consumo de cada familia, pero también aparecen "otras necesidades que son importantes: información en relación al entorno, compañía y soporte emocional, calidad de vida material y afectiva entre sus miembros, y otras".

⁶⁵ Ibid.

⁶⁶ Silverstone, Roger. *¿Por qué estudiar los medios?* Buenos Aires. Amorrortu editores. 2004. p150.

⁶⁷ Gubern, Román. *La mirada opulenta*. Barcelona. Editorial Gustavo Gili, 1987.

⁶⁸ Fuenzalida, Valerio. *Televisión abierta y audiencia en América Latina*. Editorial Norma. Buenos Aires, 2002.

⁶⁹ Ibid.

Allí es donde la incidencia cultural que nos otorgan algunos artefactos tiene algún grado de invisibilidad, en el sentido de carecer de un sistema de medición concreta como podría ser un parámetro de la cantidad de televisores, radios, equipos de música o videocaseteras tenemos en cada casa. Compartir en familia un hito deportivo por televisión, seguir una novela, alquilar una película para ver con el grupo familiar, o escuchar música nos suelen cubrir esas necesidades, que tienen otra dimensión, más vinculadas con las relaciones humanas, con sentirnos bien, con valorar al hogar como espacio de intimidad para la familia. Por eso son tan significativas.

Cada uno recuerda momentos de su vida en el hogar que no sólo están ligados a la familia, a las relaciones personales, sino también muy asociados con programas de radio o televisión. Nuestra memoria personal incluye a los medios. El locutor Víctor Hugo Morales rememora, a propósito de la radio:

“Un mediodía con mi familia reunida alrededor de la radio, atentos a las desventuras de la tira diaria. Por la tarde, una novela con voces cautivantes que despertaban las más exquisitas fantasías. Y por la noche, la luz de la radio capilla iluminaba la habitación de mis padres mientras escuchábamos, atentos, el resumen de las noticias. Todas las escenas cotidianas de una infancia en la que tuve a la radio como compañera constante en los distintos momentos del día”.⁷⁰

Pienso en mis recuerdos y es verdad, lo puedo corroborar; los medios electrónicos están ahí, presentes, como integrantes del hogar. Década del ochenta, son las seis y media de la mañana. Estoy desayunando y en la radio suena *Cantando bajo la lluvia* por Gene Kelly, en Continental. Es el programa de Magdalena Ruiz Guiñazú que nos mantendrá informados. En media hora tendré que salir para tomar el micro y entrar a la escuela secundaria.

No puedo dejar de relacionar algunos programas de televisión con ciertas etapas de mi vida, con determinados momentos del día, inclusive con días y horarios específicos de la semana.

⁷⁰ Morales, Víctor Hugo. “Una compañera irremplazable”. Colección Gente Testigo del Siglo Nº 15: *La radio, un amor en el aire*. Editorial Atlántida. Buenos Aires, 1999.

Durante los años setenta asocio las tardes con mi llegada de la escuela primaria y la televisión. Es la hora de la merienda y veo *Los Superamigos*, en blanco y negro.

Los domingos a la noche están ligados con el programa de *Disney* o los capítulos de *Mork y Mindy* que veíamos con mis hermanos durante mi infancia. En otra instancia de mi vida, hacia los años ochenta, la noche de los domingos están en conexión con *Tato Bores*; pero en los noventa con los últimos minutos de *Sorpresa y media*, cuando suena el tema de Los Rodríguez “Para no olvidar”. Julián Weich está comiendo pizza y espero ansioso el comienzo de *Fútbol de primera*; ahí la música de Los Rodríguez desaparece para dar paso al clásico de Vangelis de la banda sonora de *Blade Runner*, que el equipo de Torneos y Competencias ha sabido capitalizar para sí.

Los medios forman parte de nuestra memoria personal, porque lo que hacemos es, como indica Silverstone, “incorporar los recuerdos de los medios a nuestra propia biografía, a los recuerdos del hogar, buenos, malos o indiferentes, Esas son la experiencias formativas: el hogar como un espacio mediatizado y los medios como un espacio domesticado”.⁷¹

Los medios permitieron repartir esos recuerdos con otras personas; es un pasado (y un presente) que puede ser compartido socialmente. Porque como nos recuerda Valerio Fuenzalida, “el hogar es el contexto cotidiano donde se encuentra la audiencia y donde ocurren los procesos de recepción de la TV”.⁷²

Dos universos (el interior y el exterior)

El hogar es un territorio privado, pero que está conectado con el exterior. No está aislado. Las personas van y vienen: del mundo privado al universo público.

Nuestro hogar es parte de un barrio, que pertenece a una ciudad, y que forma parte de una nación. Está el hogar, nuestra casa, y también está el resto de la sociedad.

⁷¹ Silverstone, Roger. *¿Por qué estudiar los medios?* Amorrortu editores. Buenos Aires. 2004. p.151.

⁷² Fuenzalida, Valerio. *Televisión abierta y audiencia en América Latina*. Editorial Norma. Buenos Aires. 2002. p.46.

Estos dos mundos (uno privado, el otro público) están muy ligados, separados por un umbral que delimita dos espacios bien diferenciados: el “adentro” y el “afuera”, pero que se relacionan todo el tiempo. Los medios de comunicación electrónicos funcionaron como puentes que permitieron conectar al individuo que estaba en su hogar con el mundo exterior. Como sugiere Silverstone, no se puede pensar o vivir en la casa sin nuestros medios, porque “están centralmente involucrados en esta dialéctica del adentro y del afuera”.⁷³

El hogar y los sistemas de comunicación

Durante el siglo XIX y en las primeras dos décadas del siglo XX los sistemas de comunicaciones estuvieron orientados directamente a satisfacer las necesidades de las operaciones militares y también del intercambio comercial entre naciones, que se había acelerado con la revolución industrial.

Estos medios de comunicación debían unir grandes distancias en forma rápida, atravesar océanos para conectar continentes.⁷⁴ Tanto la telegrafía y la telefonía (1870) como la radiotelefonía (1906),⁷⁵ fueron métodos de comunicación instantáneos que cubrieron esa necesidad. La entonces moderna tecnología eléctrica, en esta primera etapa, estuvo orientada a usos de persona a persona. Estos sistemas tenían la característica de emitir mensajes específicos a personas específicas, de persona a persona o de operador a operador, siempre dentro de estructuras establecidas.

El esquema de comunicación de un segundo período de la tecnología eléctrica cambió conceptualmente su diseño de comunicación. Si el anterior emitía mensajes específicos de persona a persona, aquí aparecía por primera vez una tecnología que era capaz de emitir mensajes variados que eran enviados a un público general. Esta segunda etapa, llamada *difusión* o *broadcasting* (emisión masiva) se inauguró con la radio (1920) y continuó con la televisión (1935); consistía en un transmisor central que emitía información diversa a múltiples receptores domésticos.⁷⁶

⁷³ Silverstone, Roger. *¿Por qué estudiar los medios?* Buenos Aires. Amorrortu editores. 2004. p.145.

⁷⁴ Defleur, M. y Ball-Rokeach. *Teorías de la comunicación de masas*. Capítulo 4 “El contexto social de los medios de comunicación a distancia”. Paidós Comunicación. 1986.

⁷⁵ Samuel Morse desarrolló el telégrafo con hilos o cables en 1844; la telegrafía sin hilos, a través de ondas electromagnéticas se desarrolla en 1895. La radiotelefonía permitió transmitir voz humana a través de ondas electromagnéticas.

⁷⁶ Williams, Raymond. *La tecnología y la sociedad*. En revista Causas y azares N ° 4. Buenos Aires. 1996. p.164.

A su vez, a finales de la década de 1920, tuvieron una expansión general los llamados “bienes durables de consumo”, que incluían a productos como el automóvil, la motocicleta, la cámara fotográfica y algunos electrodomésticos tales como el lavarropas y los receptores de radio.

El ferrocarril y el alumbrado público habían sido los primeros casos de una tecnología pública. Pero en la década de 1920 aparecieron dos características en esta vida industrial moderna urbana: la movilidad (particular) y la casa de familia más autosuficiente, en una sociedad moderna que se volvía cada vez más compleja.⁷⁷

El hogar empezó entonces a estar más equipado pero a su vez había mayor movilidad, lo que derivó en una forma de privatización móvil. El mejoramiento de los salarios y de las condiciones de trabajo (cambios cualitativos en las jornadas y períodos laborales) fueron algunas causas que estimularon a las familias al mejoramiento del hogar, sumado a una proliferación de ofertas de productos hogareños. Así lo explica Witold Rybczynski: “El confort no sólo ha cambiado cualitativa, sino también cuantitativamente; se ha convertido en un producto de masas. A partir de 1920, especialmente en los Estados Unidos (algo más tarde en Europa), el confort en la casa deja de ser el privilegio de una parte de la sociedad y estuvo al alcance de todos. Esta democratización del confort se ha debido a la producción en masa y a la industrialización”.⁷⁸

Con las nuevas comodidades que le otorgaban estos bienes de consumo, el trabajador podía movilizarse también en auto para ir al trabajo, el lavarropas facilitaba la tarea del ama de casa; el entretenimiento y la información entraban en el hogar a través de la radiodifusión.

Como afirma el experimentado locutor Antonio Carrizo, “gracias a la aparición de la radio, el analfabeto no es más ese analfabeto estructural y elemental del siglo XIX o de los siglos anteriores. Después de la radio, y sobre todo después de la radio a transistores,⁷⁹ ese analfabeto ya no es más un ignorante de lo que pasa en el mundo;

⁷⁷ Ibid.

⁷⁸ Rybczynski, Witold. *La casa, Historia de una idea*. Emecé Editores. Buenos Aires. 1991.

⁷⁹ El transistor es un pequeño conductor electrónico diseñado por los japoneses que posibilitó la amplificación del sonido y el diseño de receptores más chicos. En Argentina las primeras radios portátiles a transistores llegaron en 1956. Su aporte es muy significativo porque modificó el uso de la radio, que se empezó a escuchar a cualquier hora y en cualquier lugar. Ulanovski, Carlos y otros. *Días de radio*. Espasa Calpe. Buenos Aires. 1996. p. 237-238.

sabe cosas, conoce cosas. En ese sentido, Marshall McLuhan fue muy claro: los medios marcaron una nueva era. Leer ya no es el único vehículo de información y de conocimiento. Y el primero que rompe con ese totalitarismo de la letra impresa es la radio”.⁸⁰

Porque la radio y la televisión significaron algo más que electrodomésticos que mejoraban el confort hogareño. Marcaron nuevos rumbos en el traslado de la información, en la manera que tenían las personas para comunicarse con el mundo.

Escribe Roger Silverstone:

“La televisión y antes que ella la radio fueron pues, claramente una expresión tecnológica de un conjunto de cambios de todo tipo experimentados en la sociedad industrial capitalista y, al mismo tiempo, una respuesta a dichos cambios. En Gran Bretaña algunas tecnologías de la comunicación tales como el automóvil, el teléfono y la radio facilitaron los movimientos de la población hacia las ciudades, y luego, gradualmente, desde fines de la década de 1880 y después cada vez con más velocidad (Girouard, 1985) hacia barrios suburbanos que comenzaban a construirse en las afueras de las ciudades. El hogar privado se vinculó entonces con una amplia red de servicios derivados del desarrollo tecnológico y comenzó a depender fundamentalmente de ellos (Mumford, 1938). Pero los individuos que habitaban esos hogares eran libres de ir y venir a su gusto, (...) cada vez más libres de hacer entrar el mundo en su sala”.⁸¹

No obstante, durante las décadas siguientes a 1930 y pese al espectacular desarrollo de la televisión a partir de la década del sesenta en nuestro país (ver capítulo dos), los espectáculos públicos seguían siendo multitudinarios. La televisión, si bien le restó mucho público al cine, no terminó con él como muchos pronosticaban en los años cincuenta y sesenta.

Hasta mediados de la década de 1980 la salida al cine, al teatro o a espectáculos musicales eran rituales sociales colectivos con fuerte asistencia por parte del público.

⁸⁰ Carrizo, Antonio. *“Una vida en el dial”*. Colección Gente Testigo del Siglo N° 15: La radio, un amor en el aire. Editorial Atlántida. Buenos Aires. 1999.

⁸¹ Silverstone, Roger. *Televisión y vida cotidiana*. Buenos Aires. Amorrortu editores. 1996. p.98.

Sin embargo, el equipamiento hogareño para 1988, por ejemplo, ya indicaba que en la ciudad de Buenos Aires el 98% de los hogares disponía de por lo menos un televisor. Entre el 40 y el 60% de las familias contaban a su vez con un receptor a color y en algunas zonas más de un 20% de los hogares disponía de dos televisores o más.⁸²

Los hogares estaban provistos de televisores y aparatos de radio, electrodomésticos que, como ya mencioné, respondían una necesidad básica de comunicación del hogar con el mundo exterior.

Pero además ya existían otros artefactos electrónicos que se relacionaban con el ocio: escuchar música (primero el tocadiscos, luego el equipo de audio o el radiograbador), jugar (video juegos), aparatos que permitían disfrutar un momento en familia, un descanso compartido en el hogar y que empezaron a competir con los medios de información en atracción y dedicación de tiempo. La videocasetera se acopló a este tipo de artefactos. Al igual que los videojuegos, funcionó como un complemento del televisor: al principio para mirar películas en casa, con amigos, solos o en familia; luego aparecieron otros usos.

No es casualidad que el video hogareño aparezca con marcada presencia en esta época – sobre todo a partir de 1986 – y que haya contribuido con los cambios en los hábitos de consumo cultural que tienen al hogar como principal escenario. A partir de la utilización de la videocasetera las costumbres de consumo audiovisual hogareño se vieron modificadas, lo cual demostró que el uso del aparato promovió nuevas prácticas culturales.

Para la década del noventa los bienes electrónicos más populares, relacionados con el funcionamiento del hogar y un nivel de confort normal son, además de la videocasetera, el televisor color, el teléfono, el equipo de audio y el freezer.⁸³

⁸² Getino, Octavio. *Cine Latinoamericano, economía y nuevas tecnologías*. Buenos Aires. Editorial Legasa. 1988. p. 219 -220.

⁸³ Finquelievich, Susana y otros. *Nuevas tecnologías en la ciudad. Información y comunicación en la cotidianeidad*. Centro Editor de América Latina S.A. 1992. p.69.

El hogar y el ocio

El ocio es “el tiempo libre de una persona”,⁸⁴ o también la “diversión u ocupación reposada”⁸⁵ que se realizan por descanso de las tareas principales, o de obligaciones familiares y/o sociales.

Román Gubern establece dos ámbitos culturales bien diferenciados para referirse a los ocios con que la gente se recrea: el hogar y el exterior.

Hay un ocio tradicional que Gubern llama ocio agorafílico, y que se desarrolla en espacios comunitarios y compartidos, como los estadios de deportes, los teatros, las salas de cine, la discoteca o los recitales. Estos espectáculos están definidos por una masificación y constituyen un rito en la costumbre de asistir a ellos. Las plazas, la práctica de deportes en lugares abiertos también se incluyen en este grupo.

Lo opuesto, señala el autor, es un ocio claustrofílico y giran “en torno a aparatos electrodomésticos, convertidos en nuevos fetiches tecnológicos en el seno de un hogar-búnker que aspira a la autosuficiencia, mediante un equipamiento permanente que constituye la infraestructura informacional del nuevo hogar”.⁸⁶

Ambas prácticas de ocio, si bien son contrapuestas, se complementan social y psicológicamente. Para el ocio claustrofílico, según Gubern, los valores que más se destacan son “la territorialidad, protección, seguridad, refugio, recogimiento e introversión”.⁸⁷ La comodidad, la intimidad y la economía son otras razones que podemos agregar a este tipo de ocio.

Los años noventa, la ciudad de los medios: un nuevo escenario urbano

En cuanto al panorama audiovisual antes de la llegada del video hogareño, como mencioné en el capítulo dos, el público tenía un acceso limitado a oferta audiovisual existente (salas de cine, televisión, centros culturales específicos), mapa que cambió a fines de la década del ochenta y principios del noventa, porque apareció un nuevo escenario urbano, marcado por un desarrollo tecnológico en los medios de

⁸⁴ Real Academia Española.

⁸⁵ Ibid.

⁸⁶ Gubern, Román. *El simio informatizado*, capítulo 14. Fundesco. Madrid. 1987.

⁸⁷ Ibid.

comunicación y, como afirma Héctor Schmucler, que “tienden a reorganizar los espacios de la vida social y la cultura urbana y profundizar la tendencia hacia una cultura de la imagen”.⁸⁸

La ciudad también es un espacio de comunicación. A fines de la década del ochenta se produjo un cambio donde apareció una ciudad dominada por los medios, que redefinieron la relación de los habitantes con el escenario urbano. Escribe Schmucler: “El cambio técnico en los medios y procesos de comunicación social rediseña los escenarios urbanos, los espacios públicos y privados, las prácticas sociales de comunicación. Hablamos de escenarios urbanos y racionales porque la tecnología transforma la relación espacio-tiempo, los modifica, los conecta o los aísla. Así como la radio y el cine desde la década de los años ‘30 y ‘40 interconectaban el espacio nacional y contribuían a urbanizar el imaginario social, los nuevos medios y tecnologías -resultado del desarrollo de la informática y la electrónica- crean redes de interrelación que profundizan la tendencia a un mundo mediado o tecnologías y pantallas, y ofrecen un panorama sustancialmente modificado de la cultura de época”.⁸⁹

El nuevo espacio marcó el predominio de la televisión como centro del escenario audiovisual, que se complementó con el apogeo del video y luego con la masificación del cable, que multiplicó notablemente la oferta disponible y además durante las 24 horas.

Schmucler observaba en 1990 lo siguiente: “Se acentúa la privatización y la mutación de lo público está acompañada por la creciente representación espectacular del mundo. El cambio en los usos del tiempo libre y la elección del espectáculo audiovisual hogareño evidencian esta orientación: los fines de semana la mitad de la población de Buenos Aires sale a pasear y la otra mitad permanece en sus casas. Entre estas últimas, las dos terceras partes se dedican a ver televisión o video, tendencia que se acentúa en los sectores de menores recursos”.⁹⁰

En directa conexión con la permanencia en el hogar, la década del noventa son los años donde empieza el auge del delivery, que complementa y refuerza la costumbre de la permanencia en el hogar. No es necesario salir a cenar, pero además

⁸⁸ Schmucler, Héctor y Terrero, Patricia. “Nuevas tecnologías y transformación del espacio urbano. Buenos Aires 1970-1990”. En revista Telos N° 32. Madrid.1990.

⁸⁹ Ibid.

⁹⁰ Ibid.

tampoco hay que cocinar. Otros lo harán por nosotros y nos lo enviarán a nuestra casa. Las puertas de las heladeras se cubrieron con imanes de todo tipo de ofertas gastronómicas: pizzas, empanadas, asado, pollo, helado. Nuevos hábitos que se instalaron junto con estas prácticas de ocio en el hogar y que están muy conectadas.

También empieza a surgir en el Gran Buenos Aires el fenómeno de los barrios privados, pequeños mundos prácticamente aislados del resto de la sociedad.

Algunas otras causas complementaron este cambio en el escenario y en la utilización del tiempo libre: escasa oferta cultural en los espectáculos públicos, la inseguridad en la calle, la incomodidad para trasladarse y también razones económicas: ver una película en video resulta mucho más barato y además la pueden ver varias personas.

Pero además de razones económicas o de comodidad, con el video aparece una situación de comunicación afectiva que refuerza los lazos familiares. Cuando se alquila una película se piensa en todos los integrantes de la familia, por eso los filmes más elegidos suelen ser los de acción, los policiales y las comedias, géneros preferidos por la mayoría del grupo. Inclusive la metodología de elección suele ser la de llevar una o dos películas para ver en familia, y quizá alguna específica para un solo miembro. Porque la situación de ver una película en familia también significa un momento de disfrute participativo entre sus miembros. Cuando la película gusta el grupo familiar ha compartido un momento agradable en la intimidad del hogar, que refuerza los lazos afectivos y fortifica al hogar como un lugar donde la familia se siente bien.

Por su parte, Guillermo Sunkel analiza que “también García Canclini coincide en que lo que pasó con las TICs⁹¹ fue una reorganización de los consumos culturales donde lo que tiende a primar es el consumo doméstico. En el contexto de las transformaciones en la ciudad García Canclini observa una atomización de las prácticas de consumo cultural asociada a una baja asistencia a los centros comunes de consumo (cines, teatro, espectáculos) y una disminución en los usos compartidos de los espacios públicos”.⁹²

⁹¹ Tecnologías de la información y la comunicación.

⁹² Sunkel, Guillermo. “Una mirada otra. La cultura desde el consumo”. En libro: *Estudios y otras prácticas intelectuales latinoamericanas en cultura y poder*. Daniel Mato (compilador). CLACSO, Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales, Caracas, Venezuela. 2002.

En Internet: <http://bibliotecavirtual.clacso.org.ar/ar/libros/cultura/sunkel.doc>

La permanencia en el hogar, en contrapartida con las salidas públicas, empezó a ser más que una tendencia ocasional. Era un síntoma que marcaba el inicio de cambios profundos en las prácticas de consumo audiovisual, y que comenzaron en esta época. Primero la videocasetera, que permitía armar un programa en el hogar con independencia de tiempo y contenidos, para organizar reuniones sociales o familiares; y luego la notable expansión del cable, que multiplicaba la oferta de los contenidos durante las 24 horas, como complemento de los escasos y tradicionales canales de aire. Patricia Terrero lo describía así:

“El abandono de espectáculos culturales públicos (cine, teatro, espectáculos musicales) a comienzos de los 90 aparecía acompañado por un incremento en el consumo del video y de la TV por cable, si se tienen en cuenta el nivel de difusión de videocaseteras en los hogares y el número de abonados. En 1993 los índices de penetración de videocaseteras en el área metropolitana ascendían ya al 61% y en los sectores más pobres al 50%, lo que muestra una expansión social considerable de esta tecnología hogareña”.⁹³ La pantalla ya aparecía en esa época, años noventa, como centro de la cultura doméstica.

En cuanto al consumo audiovisual, el tiempo destinado a ver televisión ocupaba el primer lugar, el cable empezaba a masificarse por lo tanto la oferta audiovisual crecía considerablemente en cantidad y en horario. Pero además de la televisión aparecía también la utilización de nuevas tecnologías domésticas que se conectaban al televisor: la videocasetera, la videocámara y los videojuegos. El tiempo destinado al ocio en el hogar y frente a la pantalla tenía un incremento por sobre otras actividades (salidas a espectáculos públicos, deportes, etc.). Un estudio del año 1992 revelaba que un 44% de los encuestados tenían encendido el televisor durante tres o más horas diarias y el 54% entre una y dos horas diarias mientras que el 75% no iba nunca al cine, al teatro, a exposiciones y conciertos, ni a espectáculos musicales.⁹⁴

En suma, a partir de la década de 1920 aparecieron los primeros cambios que pretendían construir un hogar más equipado y autosuficiente, donde lo que empieza a primar es el confort, que permite mejorar la vida de las familias, y donde aparece por

⁹³ Terrero, Patricia. *“Ocio, prácticas y consumos culturales. Aproximación a su estudio en la sociedad mediatizada”*.

⁹⁴ “El estado de la cultura” TEA, La Maga N° 25, 12 de diciembre de 1992. Terrero, Patricia. Mencionado en “Ocio, prácticas y consumos culturales”. Aproximación a su estudio en la sociedad mediatizada.

primera vez el ingreso de la información y el entretenimiento a través de los medios electrónicos masivos de comunicación.

Pero no será sino hasta finales de la década del ochenta que aquella idea inicial del hogar como refugio autoabastecido tiene un desarrollo cada vez mayor y donde, como afirma Valerio Fuenzalida, “las personas han revalorizado la vida cotidiana del hogar y la familia, la calidad de las relaciones afectivas, el placer, la lucha por esa calidad de vida en su dimensión de consumo de bienes materiales junto con el disfrute de bienes afectivos y estéticos”.⁹⁵ Y con el predominio de la pantalla como el “foco de la vida social y cultural del hogar”.⁹⁶

En la Argentina de los años noventa la tendencia al hogar autosuficiente estaba firmemente instalada; el sistema de video formó parte del conjunto de electrodomésticos indispensables en ese modelo de hogar.

El video hogareño tuvo un papel determinante en la construcción de la cultura audiovisual. Dicha edificación consistió en un proceso gradual que estudiaré en el capítulo siguiente.

⁹⁵ Fuenzalida, Valerio. *Televisión abierta y audiencia en América Latina*. Editorial Norma. Buenos Aires. 2002. p. 72.

⁹⁶ Silverstone, Roger. *De la sociología de la televisión a la sociología de la pantalla*. En revista Telos N° 22. 1990. Madrid.

Capítulo 4

El proceso de apropiación

Sin OMIRA
su videocasetera
está por la mitad.



Si usted usa su videocasetera sólo como reproductora, está usando la mitad de sus posibilidades. Descubre toda la versatilidad de su videocasetera. Y para que la tenga realmente quele en casa, corre con OMIRA.

DISOL VIDEO
S.A.
Ingeniería y Tecnología

representación en el exterior del país

Argentina	Buenos Aires	Brasil	São Paulo	Chile	Santiago	Colombia	Bogotá	Costa Rica	San José	Ecuador	Quito	El Salvador	San Salvador	Guatemala	Guatemala	Honduras	Tegucigalpa	Paraguay	Asunción	Panamá	Panamá	Perú	Lima	Puerto Rico	San Juan	Uruguay	Montevideo	Venezuela	Caracas
-----------	--------------	--------	-----------	-------	----------	----------	--------	------------	----------	---------	-------	-------------	--------------	-----------	-----------	----------	-------------	----------	----------	--------	--------	------	------	-------------	----------	---------	------------	-----------	---------

LA PAREJA PERFECTA



Philips Terminus 20" CT 4455 y Nuevo Videorecador Philips VC 4453.
Se han convertido como producto de la más avanzada tecnología y han decidido unirse para que usted disfrute de la mejor imagen. Son realmente, la pareja perfecta.

PHILIPS

TODOS LOS OSCAR EDITADOS EN CASSETTE



Fueron publicados en distintos medios en forma alternada e incompleta, ahora VIDEO CLUB, en la seguridad de que consulta el interés y la curiosidad de todos los adictos a la casetera, ofrece la lista completa, editada por editores, de todos los títulos — editados hasta el presente — que han obtenido la nominación especial otorgada por la Academia de Ciencias y Artes Cinematográficas de Hollywood. Para el aficionado es un orgullo ofrecerlos en su catálogo y para el usuario, una tentación adquirirlos...o comprarlos.



El transcurso de la apropiación masiva del video hogareño en Argentina fue gradual y progresivo; a veces pasó por momentos vertiginosos. A lo largo de su desarrollo el usuario fue descubriendo las posibilidades del dispositivo y creó así nuevas prácticas audiovisuales.

En la década del noventa y con la videograbadora instalada en forma masiva, empezó la incorporación complementaria de la videocámara, que fomentó nuevas posibilidades de prácticas para el usuario, que comenzó a mostrarse más activo todavía. La videocasetera y la cámara de video funcionaron como tecnologías suplementarias del televisor, y con ellas el usuario completó el sistema de video.

¿Cómo se llegó a tal crecimiento? ¿Cómo estos electrodomésticos de lujo, a los que en principio sólo accedían hogares con determinado nivel socio-económico, se volvieron tan populares?

¿Qué nuevos hábitos audiovisuales permitió el sistema de video hogareño para el hombre común?

Este proceso fue escalonado, su evolución pasó por varias transformaciones que el usuario fue descubriendo con la utilización de los dispositivos, y generó condiciones para un espectador que, como señalé en el capítulo dos, estaba sujeto a un panorama de oferta audiovisual muy restrictivo.

Durante esos años los hábitos de consumo audiovisual cambiaron, sufrieron significativas transformaciones. El video hogareño tuvo mucha incidencia en esos cambios culturales. Es importante recordarlos para entender el objetivo general de la tesis.⁹⁷

El trayecto del video hogareño minoritario al video hogareño masivo se puede dividir en etapas, marcadas por crecimientos desmesurados y caídas abruptas en cuanto a la oferta y la demanda del mercado.

Pero fundamentalmente analizar la incorporación del video hogareño implica reconocer el cambio de la posición del individuo con relación a la cultura audiovisual.

⁹⁷ La indagación del proceso de apropiación del video en el ámbito doméstico, desde la adquisición de la tecnología hasta el desarrollo de prácticas audiovisuales que pasan a formar parte de la vida cotidiana.

Aparecieron importantes modificaciones en los hábitos de consumo audiovisual, que estuvieron marcados por un espectador más activo y autónomo: del lugar de receptor más pasivo de información audiovisual (pasivo en el sentido de los condicionamientos en los cuales recibía esa información) –que sólo tomaba de las señales televisivas o concurría al cine- pasó a tener cierto control e independencia, porque accedió a nuevas ofertas audiovisuales, armó su programación y, además, comenzó a ser productor de sus propios materiales.

Etapas

- 1981 -1986 (un simple espectador, ávido de películas)
- 1987 -1992 (un nuevo espectador)
- 1993 -1998 (espectador, poseedor y productor de materiales audiovisuales)

Etapas 1

1981 – 1986 (un simple espectador, ávido de películas)

En EEUU y Europa el video hogareño se empezó a expandir antes que en Argentina, a finales de la década del setenta. Como escribía Aníbal Vinelli: “En el principio era el tipo de nota que los secretarios de redacción aceptaban a regañadientes. Porque hacia 1976, ¿quién podía creer en aquel desarrollo técnico del que informaban los cables provenientes de los Estados Unidos y por el cual cada hogar se convertiría en un microcine? Para los que odiábamos la censura –pesadilla de la época- el invento poseía el valor agregado de tornar inviables las siniestras tijeras.”⁹⁸

Esta fue la época previa al video legal en Argentina, pero que fue relevante porque para 1983 había en el país 80.000 videocaseteras,⁹⁹ procedentes de los países del exterior, por la apertura de las importaciones. También entraron al país muchos aparatos de contrabando, principalmente desde Paraguay.

El primer videoclub se instaló en Buenos Aires en 1978; pioneros en el negocio del video que viajaban al exterior para importar casetes para alquilar. Pero todo se hacía en forma clandestina, sin pagar derechos de autor y con materiales de mediocre calidad.

Si bien los primeros consumidores estaban constituidos por una minoría con alto poder adquisitivo, fue un primer antecedente de lo que vendría después.

Luego se sumaron otros al emprendimiento. “Comencé en 1981, en un local muy chico, uno de los primeros de la zona norte. En ese momento era algo muy extraño abrir un videoclub, la gente no sabía cuál era el servicio que se iba a dar, el material era rebuscado, en NTSC y truco. Tenía cien películas...Apenas abrí, fue impactante: la gente que venía se llevaba filmes en inglés, sin subtítular, con tal de ver video veía cualquier cosa.”¹⁰⁰

Aníbal Vinelli recordaba en una nota que “para 1981, piratas y viajes a Miami mediante, la cosa empezaba a tomar forma y los más ansiosos buscaban oscuros

⁹⁸ Vinelli, Aníbal. “El cine vuelve a casa”. En diario Clarín, 28 de mayo de 1999.

⁹⁹ En ese año había 120 videoclubes en todo el país y 5 editoras. Ver capítulo 1.

¹⁰⁰ En revista Video para usted N° 12. Editorial Vértice. 1988. entrevista a Oscar Adell, dueño del video club Video Visión, uno de los principales de Argentina.

avisos en los diarios que ofrecían películas. Sin subtítulos, sin nitidez...Pero era un principio".¹⁰¹

Primeras editoras legales

El videoclubista Oscar Adell contaba que en 1983 "surgió Cinevideo como primera empresa legal. En el término de dos años tuve que hacer tres reformas al local, porque crecía a pasos agigantados. Después llegó A.V.H y todo tomó fuerza distinta: la calidad mejoró de golpe, la gente se entusiasmó de otro modo".¹⁰²

En 1984 existían 120 videoclubes, y se instalaron las primeras editoras legales grandes ("Majors"): AVH, Gatti Video, LK-Tel, junto a otras más pequeñas para proveer al mercado de una cantidad de títulos disponibles a través de los videoclubes.

La comercialización de videos comenzó entonces una etapa de búsqueda de marcos regulatorios que llevó varios años, principalmente sobre la competencia en el mercado de la piratería.

La instalación en el sur de nuestro país de numerosas fábricas para producir aparatos de video (y de otros insumos como videocasetes) ayudó a bajar los costos y permitió ofrecer al mercado mayor cantidad de aparatos que fueron bajando de precio, y la demanda fue creciendo.

Al comienzo la gran mayoría compró una videocasetera para ver cine en casa, que se constituyó en el primer gran uso del electrodoméstico.

Algo llamativo para indagar de esta primera etapa fue la fabricación y venta de dos tipos de aparatos de video: la reproductora y la videograbadora. Una que sólo permitía reproducir y la otra con la que se podía reproducir y grabar. Si bien es cierto que la compra de uno u otro aparato incidía de manera notoria en el precio: la reproductora costaba la mitad que la grabadora.

En pocos años la venta de videoreproductoras desapareció, como un claro diagnóstico de los nuevos usos del video más allá de alquilar materiales pregrabados,

¹⁰¹ Vinelli, Aníbal. "El cine vuelve a casa". En diario Clarín, 28 de mayo de 1999.

¹⁰² Entrevista a Oscar Adell, dueño del video club Video Visión. En revista Video para usted N° 12. 1988.

que el hombre común fue encontrando paulatinamente en el video hogareño. La necesidad de disponer de la posibilidad de grabación de las señales televisivas empezó a marcar pautas de consumo audiovisual diferentes, con un espectador más autónomo.

El video hogareño, como hábito de consumo, funcionó en sus primeros años de manera similar a los comienzos de la televisión en la década del cincuenta, donde había un aparato cada varias familias y se reunían vecinos a ver televisión. Adquirir una videocasetera durante los primeros años era muy caro, era exclusividad de algunas familias de las clases sociales altas y medias. Por lo tanto se iba a la casa de alguien “que tenía video” para ver películas de manera colectiva y en sesiones maratónicas, con jornadas de tres o cuatro películas.

Esto fomentó la costumbre de organizar reuniones sociales (familias, grupos de amigos) para ver películas.¹⁰³ Apareció un hábito de visión compartida socialmente, como recuerda Luciano Sanguinetti: “La videocasetera además nos permitía el confort de la casa, la cerveza, las empanadas y el lujo de ver los clásicos, las películas prohibidas en los años de plomo y la pacatería. Todos podíamos ser expertos, la filmografía completa de Kurosawa, Fellini, Godard, Bergman, Hitchcock, ya no era imposible para la clase media”.¹⁰⁴

El crítico de cine Leonardo D’Espósito recordaba en un artículo que “Vinelli escribió en una nota que lo bueno del video era que lo podías tener o ganar por aproximación (...) es verdad que era algo muy colectivo. Entre mis amigos de primaria, que eran los vagos, se alquilaban porno o porno soft”.¹⁰⁵

Por su parte, Gustavo Noriega considera que “el video tendía a lo gregario y no a la separación en clases: el más pobre iba a la casa del más rico a compartir la experiencia”.¹⁰⁶

Inclusive algunos videoclubes, y en menor medida particulares, alquilaban a usuarios el aparato durante 24 o 48 horas. Como recuerda otro crítico de la revista El

¹⁰³ Al comienzo la utilización del video fue la de ver películas, que además era lo único que se editaba. Luego aparecerían mayor diversidad de materiales audiovisuales.

¹⁰⁴ Sanguinetti, Luciano, comp. “Memoria Tecnológica”. En *¿El fin de los medios? Políticas, apropiaciones y usos de las TICs*. 2007. Facultad de Periodismo y Comunicación Social. UNLP. 30-33.

¹⁰⁵ Varios Autores. “Los 80, el VHS y yo” En revista El amante N° 166 Ediciones Tatanka. Bs.As. 2006. p. 35-36.

¹⁰⁶ Ibid.

Amante, Marcos Vieytes: “Yo alquilé una videocasetera en San Fernando por un fin de semana junto con cinco películas (...) La cosa es que la fui a buscar el sábado al mediodía y durante todo ese bendito día no la pude hacer andar. Allí andábamos mi viejo y yo como dos boludos dando vueltas alrededor del aparato hasta que nos fuimos a dormir recontrafustrados. Recién al otro día vinieron como 25 pibes a los que había invitado y uno de ellos, medio con cara de pavo, tocó dos cables y ¡aleluya! se hizo la luz”.¹⁰⁷ Esta práctica de alquiler de aparatos sucedió en los primeros años y luego desapareció, síntoma de que la videocasetera se incorporaba en los hogares cada vez más.

Es decir, el video sirvió para disfrutar un momento de ocio en la comodidad de la casa, y resultó un buen entretenimiento, privado y económico. Pero además facilitó el acceso a una nutrida oferta de materiales audiovisuales al usuario común, que podía concurrir a los incipientes videoclubes. La conexión del video con el ocio tuvo gran incidencia en la aceptación del medio.

Los videoclubes

En Buenos Aires los videoclubes se instalaron, con carácter experimental, en el microcentro de la capital, ya que en un primer momento se dirigían a un sector restringido, usuarios con alto poder adquisitivo que podían acceder a una videocasetera.¹⁰⁸

Posteriormente se instalaron en áreas de gran concentración de público y finalmente se esparcieron por los barrios.

Es importante remarcar la tarea ejercida por los videoclubes, ya que al principio funcionaron como único nexo entre los materiales audiovisuales y el usuario; fueron la principal fuente de acceso a los videos.

El crecimiento de videoclubes fue notable en 1986. En mayo de ese año se contabilizaban 400 videoclubes en todo el país, pero para octubre el número llegaba a

¹⁰⁷ Varios autores. “Los 80, el VHS y yo” En revista El amante N° 166. Ediciones Tatanka. 2006. p.35-36.

¹⁰⁸ Finquelievich, Susana, y otros. *Nuevas tecnologías en la ciudad. Información y comunicación en la cotidianeidad*. 1992 Centro Editor de América Latina S.A. p.58.

1.500 aproximadamente. Existían en ese año unas 550.000 videocaseteras en uso, que permitía suponer que dos millones de personas tenían acceso a este medio.¹⁰⁹

Para 1987 el 55% de los videoclubes se localizaban en Capital Federal y gran Buenos Aires y el 45% en el resto del país.

En un balance de ese año, Dardo Ferrari, director de AVH, una de las editoras “majors”, comentó: “Veníamos del boom del '86, durante el cual el crecimiento fue abrupto...En definitiva, creo que el mercado se ha robustecido, porque hubo exceso de editoras, exceso de videoclubes, exceso de medios...en un país que está viviendo una crisis económica importante”.¹¹⁰

“La llave de este negocio son los equipos y a pesar de la crisis económica el parque igual seguirá creciendo hasta llegar a unas 800.000 máquinas hacia fines del año próximo (se refiere a 1988), cifra que se aproxima bastante al millón de videograbadoras que siempre aspiramos a tener, para que sea un mercado más estable”.¹¹¹

En esta primera etapa poseer una videocasetera todavía resultaba caro, como afirmaba el crítico especializado Claudio España: “desde el consumidor potencial, tener la videocasetera es todavía el sueño de un lujo. El público no gasta su dinero en una entrada de cine, difícilmente lo haga en la cuota de la casetera”.¹¹²

El uso primario: autoprogramación

La mayoría de las personas compró la videocasetera sin saber demasiado sobre sus posibilidades de utilización. A medida que fue familiarizándose con el aparato empezó a descubrir sus potencialidades, e incluso con el tiempo a inventar nuevos usos.

¹⁰⁹ Landi, Oscar. *Devórame otra vez*. Bs. As. Editorial Planeta. 1992. p.178.

¹¹⁰ Entrevista a Dardo Ferrari, Director de AVH. En revista Video para usted N° 7. Editorial Vértice. Bs. As. 1987. Se refiere al crecimiento de la inflación durante el gobierno de Alfonsín. Entre 1986 y 1987 el Plan Austral se mantuvo y se complementó con varias medidas, aunque la inflación en 1986 había sido cercana al 81,9%. En 1987 llegó al 174,8%.

¹¹¹ Ibid.

¹¹² España, Claudio. “En el video, algo va mejor”. En revista Video para usted N° 7. 1987.

El principal motivo por el cual una familia compraba una videocasetera era para “ver películas en casa”.

Esto se puede explicar por varias causas, pero la principal fue que la mayoría de los títulos disponibles desde 1984 eran películas que antes habían sido estrenadas en los cines; pero también el catálogo empezaba a aumentar con las películas de la historia del cine, más algunos telefilmes¹¹³ y largometrajes que no habían pasado por las salas cinematográficas.

El primer uso social del video hogareño fue la autoprogramación,¹¹⁴ la posibilidad que le daba al usuario alquilar la película que pretendía (si estaba editada) y poder verla en la comodidad de su casa, a la hora que quisiera.

Esa libertad al momento de elegir contenido y el horario disponible, lo económico del entretenimiento, el placer de compartir un tiempo de ocio en la intimidad de la casa con amigos o en familia, fueron algunas de las causas por las cuales el video hogareño empezaba a tener gran aceptación.

Además la llegada del video hogareño a nuestro país coincide con la finalización de la última dictadura militar (1976-1983), y en ese sentido también la videocasetera apareció como un instrumento de libertad, porque permitía el acceso a filmes que habían sido prohibidos por la censura en forma total (por ejemplo *La naranja mecánica*) o parcial. Y entonces a través del video se podían ver las versiones íntegras de las películas que habían sido censuradas en algunos fragmentos. “La dictadura había quebrado el circuito cultural por más de ocho años, así que en medio de los 80 tuvimos un revival setentista, breve pero intenso, en el que las nuevas generaciones y los nostálgicos pudieron ver *El último tango en París*, *Hair*...”¹¹⁵

Sobre la utilización de la videocasetera el crítico de cine Jorge Carnevale opinaba en 1987 que “el video ofrece todo lo que ofrece el cine y un poquito más. El señor que concurre a las salas cinematográficas tiene unas 40 opciones entre salas de estrenos, reposiciones y ciclos especiales. El feliz poseedor de una videocasetera y su

¹¹³ Películas diseñadas para televisión.

¹¹⁴ Gubern, Román. “¿La revolución videográfica es una verdaderas revolución?” En revista *Telos* N° 9. Fundesco. Madrid. 1987.

¹¹⁵ Sanguinetti, Luciano, comp. “Memoria Tecnológica”. En *¿El fin de los medios? Políticas, apropiaciones y usos de las TICs*. Facultad de Periodismo y Comunicación Social. UNLP. 2007. p.30-33.

núcleo familiar, accede fácilmente a algo más de 4000 títulos, sin contar la décima parte de la historia del cine, pero no está nada mal, para comenzar”.¹¹⁶

El género pornográfico tuvo un auge con la aparición del video, porque facilitó el acceso a una mayor cantidad de público que el que concurría al cine habitualmente para ver este tipo de películas. La privacidad hogareña permitió el consumo de un género a muchas personas que jamás habían concurrido a las salas que proyectaban películas condicionadas. Muchos videoclubes tenían un lugar apartado en el local para que el cliente pudiera elegir su película y no estuviera a la vista de los demás.

Otros usos

En esa primera época los usuarios fueron descubriendo otras posibilidades que les brindaba la videograbadora y que lo liberaban de la tiranía de la emisión televisiva, que enviaba sus programas a determinados horarios sin la posibilidad de verlos en otro momento. La autoprogramación no sólo era sobre la oferta disponible en los videoclubes, sino que se desprendía de las emisiones televisivas.

La grabación de contenidos de la TV “para verlo después o para no perderselo” fue una innovación para el usuario, que podía disponer de un programa para ver sin la restricción horaria que le imponía la televisión.

Pese a que no todos tenían video que grabara porque, como señalé anteriormente, la videoreproductora era mucho más económica, apareció este nuevo hábito a partir de la práctica del usuario. No estaba instalada todavía en esos primeros años la costumbre de grabar para conservar, de armar una videoteca personal.

Con la videocasetera nació una práctica que se llamó zipping,¹¹⁷ término con el que se denomina la acción de ver materiales grabados de la televisión para adelantar las tandas publicitarias.

En suma, en esta etapa aparecieron algunos cambios en los hábitos de consumo audiovisual, que están marcados por un espectador más activo y autónomo:

¹¹⁶ Carnevale, Jorge. “El video como escuela de cine”. En revista Video para usted N° 13. Editorial Vértice. Bs. As. 1988. p. 50.

¹¹⁷ Verón, Eliseo. “Zapping, zipping, flipping, grazing”. En diario Clarín, 24 de octubre de 1991.

pasó del lugar de receptor más pasivo de información audiovisual -que sólo tomaba de las señales televisivas o concurría al cine- al de armador de su propia programación. Podía concurrir a un videoclub y elegir sobre una variada oferta cinematográfica existente entre miles de títulos editados, sin la necesidad de esperar a que la repusieran por televisión o la exhibieran en algún ciclo cultural de cine; podía grabar programas de TV y verlos a voluntad.

“Hoy suena muy simple, pero fue muy importante en ese momento, el fenómeno resultante fue esa noción de cambio de tiempo” acota Rick Clancy, de Sony Electronics, al referirse al uso de la videocasetera en un documental sobre la tecnología de los años ochenta.¹¹⁸

Un público ideal para el video resultaron ser las familias con hijos pequeños, que tenían dificultades para organizar una salida a raíz de la complejidad de problemas a resolver (horario, cuidado de los chicos).

Es decir que muchas personas pudieron acceder al cine únicamente a través del video, fenómeno que se dio en espectadores que no eran concurrentes habituales a salas cinematográficas o que simplemente estaban imposibilitados económicamente o por compromisos.

Esta primera etapa se caracteriza por el uso de la videocasetera para ver películas. Sin embargo, ya empezaban a florecer usos más activos que aparecieron con la práctica, durante las siguientes etapas.

¹¹⁸ Documental “Tecnología de los 80”. Emitido en History Channel en el ciclo “Maravillas modernas”. Realizado en el año 2006.

Etapas 2

1987-1992 (un nuevo espectador)

En los primeros años de esta etapa hay un crecimiento menos vertiginoso, pero continuo, que se manifiesta en varios aspectos:

- En la cantidad de videoclubes (abandono del centro porteño para trasladarse a los barrios) lo cual fomentó nuevas maneras de relacionarse con el medio. Un ejemplo es que mientras los primeros videoclubes se encontraban en el centro era el hombre quién decidía qué ver y lo llevaba al hogar. Cuando empiezan a dispersarse por los barrios aparecen otros miembros de la familia con poder de decisión sobre qué se podía alquilar.
- También apareció un notable aumento en la oferta de títulos disponibles, que no sólo se circunscribe a películas (aunque seguirá siendo el contenido más editado) sino que diversifica la oferta con videos sobre deportes, música, teatro, especiales de televisión, óperas o programas infantiles.
- El número de videocaseteras en los hogares crece notablemente cada año, se abarata el costo y comprar una videograbadora se torno mucho más accesible, sobre todo en el comienzo de la década del noventa.

Esta etapa culminó con un crecimiento desmesurado hacia 1992, con la extraordinaria cifra de 8.000 videoclubes en todo el país.

No todos los videoclubes estaban en buenas condiciones, había una gran cantidad que aparecían como una segunda inversión, propietarios con disponibilidad de dinero extra (por ejemplo de alguna indemnización laboral o ahorro personal), que en lugar de invertir en los tradicionales kioscos o taxis, se lanzaban al auge del video;¹¹⁹ muchos de ellos sin un conocimiento profundo del negocio.

En los años siguientes las cifras bajaron notoriamente, porque no había mercado que pudiera absorber semejante exceso de oferta.

¹¹⁹ Un fenómeno parecido a la hora de invertir en esa época fueron las canchas de padle.

El video en los medios gráficos

La prensa escrita contribuyó a la inserción social del video hogareño. Sobre todo desde los diarios más importantes (Clarín, La Nación) que le otorgaba espacio al tema del video. El lugar fue creciendo en la difusión del hardware y del software: se vendían aparatos a través de los espacios publicitarios y se promocionaban los materiales pregrabados, con secciones semanales sobre los estrenos del mes o recomendaciones de filmes ya editados.

En el año 1987 Claudio España escribía: “recientemente, los lectores de los diarios fueron testigos de grandes avisos para promover la venta de videocaseteras, un hecho no demasiado habitual y, sin embargo, imprescindible. La casetera se vende por los diarios antes que por medios especializados: hay que convencer a quien no la tiene para que se decida. Nunca ha sido clara la política de los fabricantes de máquinas respecto de su interés por el crecimiento de la infraestructura casera en un mercado inundado de títulos de películas en cajitas”.¹²⁰

También la crítica ayudaba a la difusión del video: “Durante 1986 se ha ido configurando un trabajo rendidor por parte de la crítica: se ha ido especializando. Los periodistas, que sabían que el video no es cine y no es TV, debieron esforzarse para definirlo entre los dos medios de comunicación. Fenoménicamente, les dieron importancia a la imagen, al sonido, a la caja, al film, es decir al objeto”.¹²¹

El espacio en los diarios fue de menor a mayor. El diario Clarín, por ejemplo, empezó una sección de video los días viernes desde el año 1986, que ocupaba una página. Había comentarios de cuatro películas, estrenos del mes, un ranking de las más alquiladas y anticipos de los próximos estrenos. Para 1993 ocupaba dos páginas y media entre comentarios, estrenos, pre-estrenos y el espacio publicitario.

Revistas especializadas

Las revistas especializadas sobre video aparecieron a mediados de la década del ochenta, algunas dirigidas a los dueños del negocio (Prensario del video, Video

¹²⁰ España, Claudio. “En el video, algo va mejor”. En revista Video para usted N° 7 Editorial Vértice. 1987. p 12.

¹²¹ Ibid.

News), y otras destinadas al público consumidor de videos (Video Club, Video para Usted), que tuvieron un gran éxito y permanecieron durante varios años.

Un buen exponente para el público fue la revista “Video para Usted” de editorial Vértice que empezó a salir en junio de 1987 y se editó durante 7 años.

Al analizar las notas periodísticas se aprecia una evolución en los temas tratados, con una primera etapa de mayor información instructiva y básica para el lector, por ejemplo explicaciones sobre cómo conectar y programar una videocasetera, fomentar el uso de la video para grabar o por qué se cortan las cintas, cómo son los subtítulos o asesoramiento sobre videocasetes vírgenes, relevamiento de caseteras en el mercado, etc. Desde el comienzo hubo en su mayoría notas sobre actores y directores de cine, géneros cinematográficos. Generalmente cada nota incluía una videografía de cada uno (para indicar que estaba disponible en video).

En una segunda etapa los contenidos fueron cambiando y aparecieron hacia los años noventa notas sobre videocámaras, videos alternativos a lo comercial e inclusive la incorporación de una sección sobre los estrenos de cine del mes, señal de cómo el video se fue instalando también como complemento del negocio cinematográfico, si tenemos en cuenta que durante los primeros años del auge del video hubo una fuerte competencia con el cine.

El análisis de la sección Carta de lectores de esa revista revela que había un público que no asistía a las salas cinematográficas y que se acercó al cine desde la incorporación de la videocasetera, es decir que el video fomentó la divulgación del cine. Los lectores solían pedir notas sobre actores y directores que conocieron a partir de alquilar videos. Muchos de ellos jóvenes espectadores que descubrían directores o actores. Si bien la televisión emitía filmes en su programación, no brindaba la especificidad y autonomía (alquilarla en lugar de esperar a que la pasaran por TV), y que posibilitaba por ejemplo descubrir la filmografía de determinados realizadores o actores a partir de notas periodísticas de estas revistas.

Con frecuencia se aprovechaba la oportunidad del estreno en cine de algún filme de un director o actor con trayectoria, o de algún género en particular para realizar notas relacionadas con lo que ya se había editado en video sobre esas personalidades o temáticas.

Encuestas sobre el consumo

Una de las primeras encuestas significativas sobre el uso del video fue realizada por la socióloga e investigadora del Conicet Alicia Vidal en 1990. Se realizaron 248 encuestas completas y válidas en Capital Federal y Gran Buenos Aires, consumidores de video hogareño en 50 videoclubes: 26 de variados barrios porteños, y 24 en barrios del conurbano bonaerense.

“Uno de los principales intereses de la investigación fue conocer si el uso del video tenía ya cierto arraigo en los hogares, o si era una incorporación reciente en los hábitos de consumo (...) también interesaba saber el grado de actividad o pasividad de los usuarios con respecto al video”.¹²²

Algunos resultados de esa encuesta de 1990 marcaban que la mayoría de ellos (84%) habían adquirido la videocasetera hacía más de un año y, dentro de ese subgrupo, se distinguían los pioneros que la habían comprado hacía cuatro años (21%).

Además de ver películas, la práctica más difundida de la videocasetera era la grabación de programas de TV (49%), ver filmaciones familiares (21%) y programar el encendido y apagado del video (12%).

Otra encuesta, realizada en julio de 1991, indicaba que el 60% de la gente no iba nunca al cine y el 85% conocía poco o nada de cine.¹²³ Como sostenía Oscar Landi, “una parte importante de los que alquilan películas, en realidad no fueron nunca un público habitual de las salas de cine. La ecuación de público es la siguiente: a menor educación existe un mayor consumo de videos ya que el video se masivizó en los últimos años, incorporando a los sectores medios y a los sectores bajo estructurados...los videoclubes tienen en realidad una función favorable a la difusión de las películas en públicos que nunca las verían si tuvieran que ir al cine”.¹²⁴

¹²² Finquelievich, Susana y otros. *Nuevas tecnologías en la ciudad. Información y comunicación en la cotidianeidad*. Centro Editor de América Latina S.A. p.61. 1992. La encuesta la realizó Alicia Vidal y su trabajo se llama “Viendo video. Pautas de un nuevo consumo”. 1990.

¹²³ Landi, Oscar. *Devórame otra vez*. P.185. encuesta “Actitudes y opiniones en el mercado consumidor de videos de Capital Federal y Gran Buenos Aires” Estudio Edgardo Catteberg y Asociados.

¹²⁴ Ibid.

Estos estudios sobre el consumo marcan que con la videocasetera apareció un nuevo espectador, o en todo caso una parte del consumidor de videos era nuevo porque, salvo por televisión, no tenía la práctica de ver filmes u otros materiales audiovisuales.

A esos espectadores se sumaba el público cinematográfico, que utilizaba la videocasetera para ver filmes que ya no estaban en cartelera, reveían la filmografía de directores o hacían una revisión de películas de toda la historia del cine, que antes eran exclusividad de coleccionistas o entidades culturales.

En 1988 Argentina vivió una crisis energética que obligó a realizar, entre otras drásticas medidas, cortes programados en el suministro de energía eléctrica durante períodos de cinco horas diarias, en horarios rotativos.¹²⁵ También se establecieron restricciones en los horarios de emisión de los canales de televisión.

Esto trajo como consecuencia un alto incremento en el uso de las videocaseteras. “Algunos videoclubes ampliaron sus horarios de atención y vieron cómo entraban y salían casetes de sus estantes en forma casi ininterrumpida. Es decir que la difícil situación energética, tuvo, paradójicamente, una cara positiva para el mundo del video”.¹²⁶

Ese crecimiento en la utilización del video durante la crisis energética mostró las posibilidades de autonomía que le daba al usuario. Juan José Jápez, empleado en esa época del video club Videomanía,¹²⁷ afirma que “era cuando más alquilábamos, en ese tiempo tuvimos récord de alquileres: superamos los mil alquileres diarios cuando lo normal eran 250, o 400 si era fin de semana”.¹²⁸

Como los cortes de luz eran programados, la gente podía ver algo aunque la televisión no emitiera y además podía elegir qué ver cuando dispusiera de electricidad. Aprovechó al máximo el uso de la autoprogramación que le brindaba el artefacto.

¹²⁵ Los horarios de cortes de luz eran de 7 a 12, de 12 a 17 y de 17 a 22.

¹²⁶ En revista Video para usted N° 20. 1989. p.5.

¹²⁷ Videomanía es uno de los videoclubes más importantes de La Plata. Llegó a tener cinco sucursales en los alrededores de la ciudad (La Plata como casa central, y sucursales en Gonnet, City Bell, Villa Elisa y Los Hornos). Actualmente conserva la casa central y la sucursal de City Bell. Lleva 26 años ininterrumpidos en el rubro.

¹²⁸ Barberena, Martín. Entrevista propia a Juan José Jápez, empleado de Videomanía desde 1986 hasta 1994. Julio de 2007.

Nuevas formas de ver lo audiovisual

La aparición de la videocasetera coincidió también con otros hitos importantes: la aparición del control remoto en el año 1983¹²⁹ fue uno de ellos (recién en 1985 todos los televisores fabricados en el país venían con control remoto), que incidió en nuevas prácticas de consumo audiovisual.

En 1982 se publicó una investigación en EEUU acerca de los hábitos de consumo de los televidentes (los que tenían cable y los que sólo poseían canales de aire). El trabajo revelaba que el 40% de los abonados al cable y el 15% de los que tenían canales de aire cambiaban de canal a fin de evitar los spots publicitarios.¹³⁰ Nació la práctica conocida como *zapping*, aunque todavía no llevaba ese nombre.

A partir de esa publicación se han realizado innumerables investigaciones sobre el tema para determinar la evolución de los hábitos de consumo de la televisión.

Para la aparición de la práctica del *zapping* los expertos coinciden en que hubo tres factores determinantes: la generalización del control remoto, la irritación que provoca la interrupción por las tandas publicitarias y la multiplicación de canales a raíz del cable.

Investigadores norteamericanos han identificado cuatro tipos de comportamiento: *zapping* (acto de cambiar de canal cuando llega la tanda publicitaria), *flipping* (cambiar de programa durante una emisión, sin que ese cambio tenga relación con la tanda publicitaria), *grazing* (un ida y vuelta permanente entre dos o más programas y que traduce la voluntad de seguir varias emisiones simultáneamente) y *zipping* (consiste en acelerar el pasaje de un programa que el individuo ha grabado en videocasete, con el fin de saltar las tandas publicitarias).

Como indica Oscar Landi, “la TV se consume de manera fragmentada y difícilmente una persona vea un programa entero sin ningún tipo de interrupción. Esta característica propia del medio que construye precisamente su lenguaje con fragmentos, se vio forzada por la aparición del control remoto y del *zapping*”.¹³¹

¹²⁹ Si bien el control remoto se inventó en 1950, recién se masificó en nuestro país a partir de enero 1985. “Algunos hitos en la historia de la pantalla chica”. En diario Clarín. 12 de septiembre de 1999.

¹³⁰ Verón, Eliseo. “Zapping, zipping, flipping, grazing”. En diario Clarín, 24 de octubre de 1991.

¹³¹ Landi, Oscar. *Devórame otra vez*. Planeta, Buenos Aires. 1992. p.144.

La videograbadora, además de la mencionada práctica del *zipping*, permitió por primera vez la posibilidad de mirar materiales audiovisuales de manera diferente a lo acostumbrado en los soportes pre-existentes, al incluir las funciones de adelantado rápido (*fastforward*) y rebobinado (*rewind*), la pausa, la cámara lenta (*slow*) o el avance cuadro a cuadro (*frame to frame*). Como afirma Roman Gubern, la videocasetera “tiene una función similar a la de la moviola en el cine, ya que el magnetoscopio doméstico permite la fruición discontinua y el repaso de fragmentos anteriores de una obra, según una práctica que era ya corriente en la lectura de libros o en la audición de grabaciones musicales, a cuyas operaciones de fruición ahora puede homologarse en muchos aspectos al consumo audiovisual”.¹³²

Estos recursos disponibles en la videocasetera colaboraron en la modificación de hábitos de consumo y fue el usuario quien empezó a utilizarlos sin saber demasiado que ese cambio implicaba una autonomía importante y la consolidación en el modo de ver un material audiovisual.

Por su parte, Jorge Carnevale marcaba que “es cierto que todavía somos irrespetuosos con la película en video. Deberemos acostumbrarnos a utilizar el botoncito STOP cuando se nos ocurre ir al baño o a la cocina, porque la película no espera. El cine fue concebido para una lectura unitaria. Su inalterable código establecía que no se vuelve atrás si uno no entendió, como se hace con un libro. Su tiempo de lectura era inalterable, hasta que apareció el video. Ahora podemos retroceder, si algo nos resulta oscuro, sin que provoque escándalo”.¹³³

“No importa demasiado que hagamos uno que otro comentario en voz alta mientras miramos una película en video, cosa que no nos permitiríamos en una sala de cine. Interesa que, aún tirados en la alfombra, descalzos o en pantuflas, seamos capaces de recibir el mensaje inicial, y degustarlo como se merece. Paladeándolo de a poco, una y otra vez”.¹³⁴

El crítico de cine Eduardo Antín escribía en 1992: “el cine no será sin el video y la televisión. Es hora de que este fenómeno sea tenido en cuenta. Una práctica social- la “salida” al cine, la pantalla grande, la sala oscura, la continuidad, la entrega a la

¹³² Gubern, Román. “¿La revolución videográfica es una verdaderas revolución?” En revista Telos Nº 9. Fundesco. Madrid. 1987.

¹³³ Carnevale, Jorge. “El video como escuela de cine”. Video para usted. 13. Editorial Vértice. Bs. As. 1988. p 50.

¹³⁴ Ibid.

proyección- está dando paso a otra- la “entrada” en el living o la cama, la interrupción, el retroceso o la fijación de la imagen, el control de la proyección-. Cada una tiene sus ventajas, pero el avance de la segunda es inevitable”.¹³⁵

El video hogareño contribuyó al desarrollo de la cultura audiovisual porque facilitó el acceso de mensajes audiovisuales al gran público. En ese sentido se constituyó en un factor de democratización cultural: le brindó al espectador mayor autonomía en la elección de los productos, le permitió nuevas formas de visionado y además le abrió el camino para convertirse en realizador de sus propios materiales.

La cámara de video

En la película *Volver al Futuro* (1985) el protagonista Marty viaja al pasado, a 1955 y se encuentra con el científico que ha inventado la máquina del tiempo que lo ha llevado a ese año. En ese encuentro Marty conecta una camcorder al televisor de la época para mostrarle un registro del momento previo a su viaje en el tiempo. El científico mira asombrado la pequeña cámara de video JVC. La señala y dice: “Esto es increíble, un estudio portátil de TV”.¹³⁶

A principios de los años noventa la videocasetera ya estaba incorporada al hogar. Pero con la decisión de integrar la cámara, el usuario completó el sistema de video, que le permitía autonomía de registro, conservación, reproducción y visionado. La aparición de las cámaras camcorder, equipos que integran la unidad de grabación al propio cuerpo de la cámara, fue determinante para la decisión de compra. Además en los años noventa la política económica fomentó la comercialización de aparatos de electrónica.

Existía el antecedente de un mercado de cine doméstico o aficionado con el formato súper 8 (ver capítulo dos). Pero para usar una filmadora de este tipo había que tener determinados conocimientos específicos sobre iluminación o fotografía; por ejemplo, había que saber exponer. Si uno no ponía bien el diafragma el registro no servía. Además a esa película había que revelarla. En cuanto a la reproducción había que armar el proyector y la pantalla, rutinas muy incómodas.

¹³⁵ Antín, Eduardo. “Elogio del cine en video”. En revista *El amante* N° 5 Ediciones Tatanka. 1992. p.51-52.

¹³⁶ Película *Volver al Futuro*. Dirigida por Robert Zemeckis. 1985. Estudios Universal.

El video resultó un formato mucho más versátil, con una operatoria muy simple, más barata y sobre todo más cómoda: las videocámaras no superaban los cuarenta centímetros de longitud y los ochocientos gramos de peso. Esta sencillez para su uso – como marqué en el capítulo dos – fue decisiva para que se masificara. Además el hecho de que fuera una tecnología que se incorporaba al televisor fue determinante: la conexión directa de la videocasetera y la cámara con el televisor (como terminal audiovisual), que estaba ubicado en el centro del hogar.

Una muestra de esta diferencia entre un equipo portátil masivo y otro que no lo es lo certifica el hecho de que la cámara y el proyector de súper ocho se conseguían en negocios especializados, mientras que la videograbadora y la cámara de video se vendían en las casas de electrodomésticos, al igual que el televisor, el equipo de música, la heladera o el lavarropas. Al ser comercializados como un electrodoméstico fue determinante porque facilitó el acceso para el usuario común.

Para marzo de 1993 había en el país 135.000 videocámaras. El “boom” en la Argentina comenzó a fines de 1991 y continuó en 1992, con un crecimiento del 30 al 35% promedio. Esta cifra es excepcional, ya que cabe aclarar que un crecimiento lógico hubiera estado en el orden del 8 al 10%.¹³⁷

La incorporación de la cámara de video trajo como consecuencia la tendencia a usos más activos por parte del usuario. Susana Finquelievich observa que “verse a uno mismo o a personas de su propio entorno en la pantalla puede llevar a nuevos y diferentes tipos de relación con los medios audiovisuales”.¹³⁸

Román Gubern, por su parte, afirma que “en el video de celebración familiar (bodas, bautizos, viajes, etc.) hay que referirse, sobre todo, al fetichismo del receptáculo, pues uno de sus atractivos para el gran público es el de hacer que ellos o sus familiares aparezcan en el mismo y prestigioso receptáculo que las personalidades públicas y las estrellas, de modo que el carisma del marco contenedor les aureola e inviste de un simulacro de poder comunicacional, lo que no ocurre ciertamente ni con

¹³⁷ Domínguez, Walter. “Cazadores de noticias”. En diario Clarín, 1º de marzo de 1993.

¹³⁸ *Nuevas tecnologías en la ciudad. Información y comunicación en la cotidianeidad*. Finquelievich, Susana y otros. (1992) Centro Editor de América Latina S.A. p.61-62.

las diapositivas familiares, ni con el cine familiar en desacralizadas pantallas domésticas (paredes o sábanas) ajenas al mundo del espectáculo institucional”.¹³⁹

Si bien es razonable lo señalado por Gubern sobre las causas que podrían atraer a los usuarios a filmar sus propios videos o encargárselos a terceros (son los años de auge del rubro videos “socialeros”, trabajadores semi-profesionales que hacían filmaciones sociales con una cámara de video y que disponían de un equipo de edición), podemos afirmar que le damos una valoración mayor a nuestras grabaciones caseras sobre cualquier otro video (películas, recitales o documentales).

La posibilidad de realizar grabaciones familiares de momentos importantes de la vida es uno de los cambios más significativos que produce el video en el usuario: lo transforma en un individuo más activo con relación a la cultura audiovisual, al comenzar a ser productor de mensajes audiovisuales. Como indica Octavio Getino: “Millones de pequeñas cámaras permiten, a su vez, que sectores crecientes de la población de cada país puedan registrar imágenes que hacen a la memoria personal y social, así como al desarrollo de nuevas formas de comunicación y la desmitificación del audiovisual como espacio reservado solamente a los profesionales de los medios”.¹⁴⁰

En ese sentido hay aproximaciones entre la práctica fotográfica casera y el video familiar, que coinciden en el objetivo o función social de almacenar recuerdos familiares como algo único e irrepetible: el nacimiento de un hijo, sus primeros pasos, los primeros balbuceos, la primera comunión, las fiestas de 15 o las graduaciones escolares. La cámara de video no reemplazó la práctica de la fotografía familiar sino que funcionó como un complemento con mayor impresión de realidad para documentar la memoria familiar, porque su naturaleza de registro permitía la posibilidad diferente de obtener una grabación con sonido y movimiento, y que además podía verificar en el momento.¹⁴¹

¹³⁹ Gubern, Román. “¿La revolución videográfica es una verdadera revolución?” En revista Telos. 9. (1987) Fundesco. Madrid.

¹⁴⁰ Getino, Octavio. “La formación de profesionales del audiovisual para el siglo XXI”. Conferencia dictada en el II simposio internacional “Reflexión sobre el futuro del audiovisual: sueño y realidad” Unesco-Escuela de cine y TV. Caracas, junio de 1994.

¹⁴¹ En la actualidad hay casas dedicadas a pasar esos materiales analógicos a soportes digitales, lo que da cuenta del valor que el usuario le otorga a esos recuerdos.

Grabaciones caseras en televisión

Además de los recuerdos familiares, los comienzos de la década de los noventa marcan nueva tendencia: usuarios de cámaras hogareñas que se meten en el medio televisivo, algunos como testimonios o noticias y otros como rarezas.

Algunos hechos relevantes fueron por ejemplo la golpiza de cuatro policías de Los Ángeles a Rodney King, tomadas por George Holliday el 3 de marzo de 1991, y que sirvió como testimonio de la violación de derechos humanos. El canal 5 de Los Ángeles le compró al camarógrafo aficionado la grabación por 500 dólares y las imágenes fueron difundidas por todo el mundo.¹⁴²

En una nota del diario Clarín se indicaba, a propósito de este célebre registro, que “para Peter Wintonick, documentalista canadiense y activista por los derechos humanos, esa fue la hora cero de lo que bautizó como “La revolución handycam”. Hacía pocos años, en 1985, Sony había creado una cámara portátil para consumo hogareño apuntada al registro de acontecimientos familiares. Aquel marzo de 1991 quedó demostrado que el adminículo podía cumplir otras funciones bastante más relevantes. La miniaturización, la digitalización y la accesibilidad económica a dichas cámaras, hicieron el resto”.¹⁴³

Por otra parte, en esa misma época, aparecieron los primeros bloopers en el programa Videomatch (1991) y luego en Ritmo de la noche (1991), ambos de Marcelo Tinelli, que premiaba a las filmaciones caseras con situaciones ridículas o graciosas que la gente enviaba al programa. Walter Domínguez escribía en Clarín: “Primero fueron llegando de a uno o dos por día, pero a medida que los veían en el aire, la gente comenzó a animarse y a mandar cada vez más. El premio de mil dólares semanal (con posibilidades de ganar otro mensual y otro anual) actuó como aliciente para que, entre 1991 y 1992, les llegaran más de 1.500 casetes, la mayoría con más de un bloopers”.¹⁴⁴

También apareció una multiplicación de cazadores de noticias. Como observa Oscar Landi, “el nuevo cazador de imágenes se sumerge en ella y espera un buen rato de la casualidad. Por su parte, la industria televisiva lo estimula con concursos de

¹⁴² La absolución de esos policías en abril de 1992 provocó tres días de violentos disturbios en los barrios pobres de Los Ángeles, que dejaron unos 50 muertos. En diario Clarín, 14 de julio de 2000.

¹⁴³ Angelotti, Claudio. “La revolución handycam” En diario Clarín, 23 de abril de 2004.

¹⁴⁴ Domínguez, Walter. “Cazadores de noticias”. En diario Clarín, 1º de marzo de 1993.

bloopers y escenas susceptibles de transformarse en noticias: puede ganarse una cassette o una suma de dinero ingresando al mercado de imágenes o al minuto en que será famoso. El azar de la ciudad propone un juego con premio y el cazador sale a probar suerte con su cámara”.¹⁴⁵

La proliferación de tantas grabaciones caseras en el medio televisivo demuestra, además de lo destacado por Landi, una nueva práctica audiovisual: el anterior televidente, sólo simple espectador, era ahora capaz de registrar imágenes propias, e inclusive mostrarlas al gran público. Y empezaba de a poco a introducir en el aficionado una técnica de registro de lo audiovisual, que se incorporaba a su vida cotidiana: pensar en hacer un registro mientras observaba la realidad.

Los productores ejecutivos de Telefé Noticias en 1993, Rubén Saieg y Oscar Obregón, contaban que “desde que comenzó la estabilidad, empezamos a recibir más videos, actualmente nos llegan cuatro o cinco por semana. Los cazadores priorizan los accidentes y los incendios, que son las noticias que más consiguen. Son tipos que se mandan al centro del conflicto, investigan y quieren lograr la mejor toma del hecho”.¹⁴⁶ Pero además los aficionados “buscan un sentimiento de participación y se los proporciona tener una cámara, no lo hacen por los premios” e inclusive señalaban que el fenómeno había crecido tanto que en ese momento (1993) solían llegarles ya tomas con diferentes cámaras de un mismo hecho, señal de que eran más de uno los aficionados presentes en el lugar que estaban registrando.

Noticias filmadas por aficionados

Caso	Fecha	Canal
Golpiza policial a Rodney King	21 de marzo de 1991	Todos
Accidente de Aníbal de Sanzo (<i>Mientras se rodaba su película, fue atropellado por un auto</i>)	12 de septiembre de 1991	ATC
Explosión Embajada de Israel	17 de marzo de 1992	13
Tragedia en Mundo Marino (<i>Muerte de una niña por una bengala mal dirigida</i>)	14 de abril de 1992	ATC
Zulema Yoma (<i>video de Al Kassar en una fiesta junto a Munir Menem</i>)	21 de mayo de 1992	9

¹⁴⁵ Landi, Oscar. Devórame otra vez. Planeta, Buenos Aires. 1992. p.49.

¹⁴⁶ Domínguez, Walter. “Cazadores de noticias”. En diario Clarín, 1º de marzo de 1993.

Caso	Fecha	Canal
Huracán Andrés en Florida	24 de agosto de 1992	11
Desmanes en show de The Ramones	19 de septiembre de 1992	11
Video de Jorge Escobar (<i>Gobernador de San Juan, destituido por utilizar máquinas estatales en su finca privada</i>)	12 de noviembre de 1992	9
Accidente Ruta Panamericana (con muertos)	7 de enero de 1993	ATC
Alberto Lestelle en avión presidencial (<i>llegaba con su familia a Mar del Plata</i>)	8 de enero de 1993	13

Infografía del diario Clarín - 1º de marzo de 1993. El agregado en cursiva es mío.

Si la filmación del atentado a John Kennedy (el 22 de noviembre de 1963), realizada por el camarógrafo aficionado Abraham Zapruder¹⁴⁷ fue una rareza y único testimonio del suceso, el mencionado registro a Rodney King en 1991, el atentado a la embajada de Israel en 1992 o la cantidad de noticias generadas a partir de grabaciones caseras que aparecieron en los medios certifican la incorporación de la cámara de video en el usuario común.

Como señala Luciano Sanguinetti en referencia a las nuevas tecnologías de la comunicación, “otro gran salto tecnológico fue la videocassettera, acompañada por la cámara de video hogareña y el video club, se convirtieron en la gran revolución audiovisual de la década”.¹⁴⁸

¹⁴⁷ La filmación de Zapruder fue realizada con una cámara de cine amateur 8 mm y dura 22 segundos. Por muchos años este material fue eliminado, visto únicamente por investigadores visitantes del archivo gubernamental en donde se guardaba una copia. El film había sido adquirido por LIFE al día siguiente del asesinato y publicado solo bajo la forma de imágenes fijas, con excepción del cuadro que muestra la cabeza de Kennedy volando en pedazos. Aunque algunas copias pirata circulaban hacia fines de los '60s, fue visto públicamente por primera vez recién en 1975, cuando un periodista norteamericano desafió el riesgo de acciones legales y lo mostró en TV. Chanan, Michael. “El coeficiente Zapruder”. FILMWAVES N° 4. Traducción de G. De Carli.

¹⁴⁸ Sanguinetti, Luciano, comp. “Memoria Tecnológica”. En *¿El fin de los medios? Políticas, apropiaciones y usos de las TICs*. 2007. Facultad de Periodismo y Comunicación Social. UNLP. P.31. Se refiere a la década del ochenta.

Etapas 3

1993-1998 (espectador, poseedor y productor de materiales audiovisuales)

Esta etapa estuvo caracterizada por la masificación del uso del sistema de video en la vida cotidiana. Existían en el país cinco millones de videocaseteras en los hogares.

Pero también fue una etapa de caídas abruptas, con cierres de muchos agentes del medio (videoclubes, editoras), y por lo tanto se produjeron reacomodos en el mercado videográfico.

La venta directa

Las primeras experiencias de venta directa se realizaron en 1987, con títulos como *Zas*, un recital del antiguo grupo de Miguel Mateos que AVH editó para comercializar en disquerías y *Malvinas-Alerta rojo*, documental sobre el conflicto del atlántico sur que comercializó Exhivideo.

Posteriormente, las editoras de condicionadas, deportivas y musicales continuaron aisladamente vendiendo a particulares.

Pero el inicio del sistema de venta directa en forma ininterrumpida se da en el año 1991 con algunos productos puntuales. La empresa AVH sacó a la venta la trilogía *El Padrino 1901-1959* con un costo de 75 dólares, que además venía con un lujoso folleto ilustrado con fotos del rodaje.

En un principio este tipo de comercialización estaba dirigida a un tipo de público muy especial, para coleccionistas. Como opinaba Dardo Ferrari, director de AVH: "hace falta tiempo para que la gente adopte el video como un objetivo de propiedad, como lo es un disco o un libro (...) en Argentina se debe crear conciencia de posesión".¹⁴⁹ Además el factor económico incidía, ya que las primeras ventas directas eran muy caras.

¹⁴⁹ "Venta directa: un negocio que nace" En revista Video para usted N° 58. Editorial Vértice. Bs. As. 1992.

Otros representantes de las distribuidoras más importantes como Gativideo sacaban al mercado las películas de Disney. El lanzamiento en video de *Bernarda y Bianca en Cangurolandia*, por ejemplo, contó con “una amplia campaña publicitaria que incluye comerciales, avisos a cuatro colores en la mejores revistas del país, avisos a media página en diarios de gran tiraje y diferentes promociones con importantes empresas”.¹⁵⁰

En EEUU la venta directa ya estaba instalada al punto que existían videoclubes que se dedicaban exclusivamente al expendio y otros que sólo trabajaban con el alquiler. En Europa, el sistema de venta directa alcanzó sus mayores performances en España y Gran Bretaña. Pero estos países ya tenían al sistema de video instalado en el hogar.

En la revista Video para usted de mayo de 1992 se indicaba: “hace más de dos meses en algunos kioscos de la Argentina se viene dando un fenómeno muy particular. Muchas revistas que llegan del extranjero traen incorporadas películas de los más variados temas. Algunas poseen films de importantes directores y otras vienen con imágenes de información general, como por ejemplo los cuidados del bebé, un informe sobre la Orca, la ballena asesina o las estrellas y el universo”.¹⁵¹

Esta práctica comercial de vender revistas con videos de regalo se instaló en nuestro país dos años más tarde, en 1994.

La videoteca personal

La aparición de la venta directa se vio favorecida gracias al abaratamiento de costos y nuevas bocas de salida para su venta, sobre todo en los kioscos de revistas, pero también grandes supermercados y disquerías instalaron la venta de videos como un servicio corriente. Además las revistas y los diarios comenzaron a anexar materiales en el formato de VHS para vender; películas y recitales eran los predominantes.

La revista Noticias vendió 50 mil copias gracias a que venía de regalo el video “Las patas de la mentira” de Miguel Rodríguez Arias, cifra superada luego con las 80

¹⁵⁰ “Venta directa, segunda parte” En revista Video para usted N° 59. Editorial Vértice. Bs. As. 1992.

¹⁵¹ Op. Cit.

mil copias de un video sobre la filmación (backstage) de la exitosa película *Tango Feroz*, en 1994. Este sistema de venta promocional de videos junto con revistas o diarios marcó una pauta de consumo que fomentaba una nueva costumbre, la de comprar videos para la formación de una videoteca personal.

Por ejemplo la edición mensual de la revista *Página 30* venía con un video de regalo para incrementar la venta de sus ejemplares. Es decir, el usuario comenzó a acceder a los videos del mismo modo que compraba libros o discos compactos, para tenerlos como un objetopreciado, disponible en el hogar para ver en cualquier momento. Ya no estaba la videocasetera para alquilar un material y verlo, sino que apareció este nuevo hábito que el usuario adoptó.

Las revistas *Gente* y *Caras*¹⁵² agotaban las tiradas precisamente porque venían con películas a precios muy económicos. Importantes títulos de cine como *Mujer Bonita*, *La sociedad de los poetas muertos*, *Los sospechosos de siempre*, *Buenos Días*, *Vietnam* o *Pecados capitales* empezaban a formar parte de la videoteca de una gran cantidad de familias.

Las películas infantiles fueron quizás el exponente máximo del sentido de pertenencia. La necesidad de poseer una película se debió a dos razones fundamentales: por la cantidad de veces que los niños la veían, y por una estrategia eficaz que los padres utilizaban para entretenerlos. Los chicos aman aquello que les es familiar, y ver una película varias veces es una constante en sus prácticas. Esta modalidad se implementó con el video y la venta directa tuvo mucha incidencia como hábito cultural.

Como indica Román Gubern: "Esta capacidad puede conducir al coleccionismo de las videotecas privadas, que homologa la videocasete al libro y al disco coleccionados en el hogar. Pero además, el usuario puede obtener el programa deseado en la tienda, de sus amigos, o por intercambio en asociaciones dedicadas a tal fin".¹⁵³

¹⁵² "Videoteca personal de Caras", "Colección Platino de Caras" y "Los top del cine de Gente".

¹⁵³ Gubern, Román. "¿La revolución videográfica es una verdaderas revolución?" En revista *Telos*. 9. Fundesco. Madrid. 1987.

El sistema de video completo

Decidir qué ver, cuándo y cómo son posibilidades que no había hasta la llegada del video hogareño, al menos no con la libertad de acción para el espectador que tuvo a partir de la videocasetera; inclusive la opción de grabar un programa de televisión para verlo después o conservarlo. Ver una película en su idioma original, sin tandas publicitarias o saltarlas fueron cambios que aparecieron con la videograbadora y que modificaron hábitos de consumo. El sistema de video asomó como un instrumento liberador que le permitía al espectador una independencia en el modo de ver que no poseía hasta entonces. Un promotor de sus propios materiales audiovisuales, más dinámico que aquel espectador acostumbrado a ver la escasa oferta que le enviaban uno, dos o cinco canales de televisión.

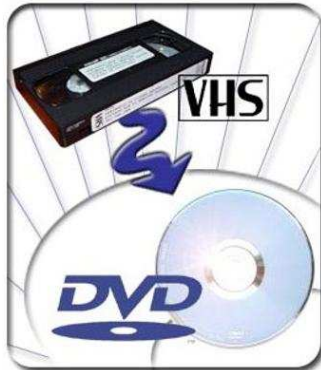
En esta etapa se terminó de incorporar el video en el hogar. El usuario disponía del sistema en forma completa, con todas sus posibilidades. Podía alquilar para ver una oferta de materiales pregrabados de un catálogo cada vez mayor,¹⁵⁴ podía comprar otros tantos (nuevos o usados) para conservar en una videoteca, podía grabar de la televisión (que además agrandaba su oferta al masificarse el cable) para atesorar o para verlos en otro momento. Pero también lograba realizar sus propias grabaciones familiares o encargadas.

El usuario que en 1986 compró una videocasetera y luego a comienzos de la década del noventa compró su primera cámara ha desarrollado una enorme capacidad de comunicación audiovisual, que nunca hubiera imaginado cuando concurría a la casa de alguien “que tenía video” para ver una película.

¹⁵⁴ En 1993 la cifra de títulos editados superaba los 10.000. “Videocatálogo” de Video para usted. Editorial Vértice.

Capítulo 5

La era digital: herencias analógicas y nuevos rumbos



La era digital significó una ruptura en los modelos tradicionales de emisión, transmisión y recepción de la información en las telecomunicaciones. El usuario tuvo un vínculo más interactivo con los medios de información. En nuestro país se consolidan las TICs (Tecnologías de Información y Comunicación), con la conectividad como característica principal: la computadora se incorpora en los hogares gradualmente en la segunda mitad de la década del noventa, el auge de la conexión a Internet se da entre 2000 y 2003, y la telefonía celular se desarrolla en forma masiva.

En el hogar, y a partir de la unificación de los diferentes contenidos en archivos digitales homogéneos (música, fotos, texto, video), los aparatos electrónicos se empezaron a integrar unos con otros, lo que le permitió al usuario potenciar esa interacción entre los contenidos y los dispositivos que se encontraban dispersos por la casa. En un reproductor de DVD conectado al televisor vemos fotografías, películas o escuchamos música; conectamos la PC al equipo de música, o vemos una película en la computadora.

Además, ya no hace falta una infraestructura específica para copiar o apropiarse de materiales audiovisuales pregrabados. Existe la posibilidad de realizar intercambios de archivos por Internet, o el acceso a sitios en la Web para bajarlos a una computadora y/o grabarlos en un DVD y poder verlos en el reproductor de DVD o en la PC.

A principios del nuevo siglo la videocasetera fue reemplazada por el reproductor de DVD (Disco Versátil Digital), que mejoraba mucho la calidad de imagen y sonido.¹⁵⁵ El soporte es un disco de sistema digital capaz de contener gran cantidad de imágenes, sonidos o datos.¹⁵⁶ El VHS desapareció por tener una calidad inferior y por su imposibilidad de integrarse al circuito digital; fue un sistema que quedó superado. En esta nueva era, terminó siendo un producto caro y obsoleto.

Son muchas las prácticas audiovisuales que se instituyeron con el sistema de video analógico y que hoy, en la era digital, permanecen vigentes. Algunas han

¹⁵⁵ La calidad de la imagen es de 500 líneas de resolución horizontal contra las 250 del VHS, el sonido es dolby digital, envolvente, y con varios canales para los diferentes idiomas.

¹⁵⁶ El formato de DVD más extendido es el de una cara, con una capacidad de 4.7 gigabytes. Físicamente es muy similar al CD, y con un sistema de grabación y reproducción de la información que al igual que el disco compacto es óptica. Sin embargo la grabación difiere del CD porque se efectúa en un espacio más reducido, situando las pistas de grabación más juntas, lo que permite almacenar mayor cantidad de información.

continuado de la misma manera, otras se profundizaron y otras han mutado hacia diferentes rumbos; porque la tecnología digital permitió también abrir nuevas fronteras, que trajeron como consecuencia nuevos usos y más transformaciones.

Actualmente podemos alquilar una película en DVD en un videoclub, comprarla en el kiosco de revistas o en el supermercado, para verla en nuestro hogar y ampliar nuestra videoteca. Podemos también realizar un registro audiovisual, a través de distintos aparatos digitales: con una pequeña cámara de video, una cámara fotográfica o hasta con un celular.

Pero la autoprogramación, la posesión de una videoteca personal,¹⁵⁷ o el registro audiovisual como práctica habitual en el usuario común fueron costumbres culturales que se iniciaron con el video analógico.

La sucesión en el trono del video hogareño

En Argentina el traspaso del sistema de video hogareño analógico (VHS) al digital (DVD) sucedió en forma rápida, en poco más de tres años.

A finales de 2003 el consumo de videograbadoras y videocasetes todavía tenía una fuerte presencia en el mercado, las ventas de reproductores y los alquileres de películas estaban empatados con el DVD. Pero el cambio definitivo del formato VHS por el del DVD se produjo durante el año 2004, donde la proporción de ventas de reproductores era de una videograbadora por cada diez reproductores de DVD.¹⁵⁸ Si bien esta proporción resulta abismal, es lógico también pensar que muchas de esas diez familias que compraban un reproductor de dvd seguramente tendrían ya en sus hogares una videograbadora. Fue el uso del reproductor digital en detrimento del analógico (por ejemplo el alquiler o compra de materiales audiovisuales) lo que evidenció el reemplazo, la prueba de que el usuario se pasaba definitivamente al DVD.

El abaratamiento de los reproductores (desde los 250 o 300 pesos, mientras que una videocasetera valía cerca de 400) y la multiplicación de la oferta de materiales audiovisuales en el nuevo sistema de video, fueron, entre otras, las principales causas

¹⁵⁷ Es curioso como también el término videoteca ("colección de grabaciones en cintas de video" según la Real Academia) no ha sido reemplazado. Pese a tener otro soporte nos seguimos refiriendo a la colección personal de materiales audiovisuales con este término.

¹⁵⁸ "El DVD le ganó en un año la batalla a las videocaseteras". En diario Clarín, 29 de enero de 2005.

que determinaron que la pulseada tecnológica por el trono hogareño fuera hacia el DVD.

Como explicaba Alejandro Tempone, del área de ventas¹⁵⁹ de la editora Gativideo (distribuidora de los filmicos de MGM, Disney y Fox): “en 2003, de cada 100 películas que vendíamos, 90 eran en formato VHS y 10 en DVD. Hoy (se refiere a 2005) el panorama cambió drásticamente: el DVD se lleva el 52% de la torta”.

El parque de reproductores pasó de 900 mil unidades en 2004 a cuatro millones en 2006. Para el año 2007 el 80% de los alquileres era en DVD.

El consumidor sustituyó lo analógico por una tecnología que mejoraba ampliamente la calidad de imagen y sonido. Además, los videos digitales traían algunas ventajas adicionales que hacían más atractiva su incorporación, como por ejemplo mayor información (materiales adicionales, varios audios o subtítulos en diferentes idiomas) y la comodidad del tamaño.

La rápida inserción del DVD se explica en parte por las razones mencionadas, pero también por ciertos hábitos culturales que con la incorporación del video analógico ya se habían arraigado; prácticas que hoy están naturalizadas, pero que hace apenas 20 años no existían.

La autoprogramación

Como señalamos en el capítulo cuatro, la práctica de autoprogramación que descubrió el usuario con la incorporación del video analógico fue una novedad, ya que podía elegir contenido, horario y modo de ver materiales audiovisuales.

De todas maneras, aunque cambien o se diversifiquen las fuentes donde ir a buscar los materiales (un video club, en la web, a través del intercambio de archivos, de un banco de datos en un servidor, o a través de préstamos personales) la libertad a la hora de disponer de un determinado contenido audiovisual para verlo a voluntad en el hogar es una práctica cultural que se hizo costumbre.

¹⁵⁹ “El DVD le ganó en un año la batalla a las videocasetas”. En diario Clarín, 29 de enero de 2005.

El coleccionismo privado (la videoteca):

Este fenómeno, que se consolidó en los años noventa con el formato VHS, continúa en esta era digital como una de las herencias más arraigadas, además favorecido por la rápida expansión de títulos disponibles en el nuevo formato, porque - como explica Octavio Getino- hizo que “las majors locales comenzaran pronto a competir entre si ofertando títulos de películas con el nuevo sistema, cada vez más importante en el mercado de venta directa (retail)”.¹⁶⁰

La costumbre de adquirir a través de la venta directa películas, documentales, recitales o temporadas completas de series televisivas se ha vuelto masiva, al multiplicarse las ofertas (colecciones, promociones con diarios o revistas a precios accesibles, pre-alquiladas) y la expansión de los lugares de comercialización: videoclubes, kioscos de revistas, hipermercados, disquerías, librerías o jugueterías.

La actual práctica de bajar películas de Internet se ha convertido en una fuente inagotable para el usuario que dispone de los medios para realizarla. La notable expansión de la banda ancha en nuestro país ha sido decisiva.¹⁶¹ Jorge La Ferla señala sobre la práctica de intercambio de archivos que “el programa eMule,¹⁶² con calidad precaria pero con extrema utilidad, desde hace tiempo permite bajar películas de la red eDonkey. Esto ha determinado que, como nunca antes, cantidad de material sobre la historia del cine esté disponible para el consumo y el estudio en forma gratuita”.¹⁶³

¹⁶⁰ Getino, Octavio. *“El capital de la cultura. Las industrias culturales en la Argentina”*. Buenos Aires. Ediciones Ciccus. 2008. p.344.

¹⁶¹ En Argentina existen tres millones y medio de conexiones a banda ancha. La mayoría (94%) son en el hogar: “Argentina, primera en el uso de la banda ancha en Sudamérica”. En diario Clarín, 21 de mayo de 2009.

¹⁶² El programa eMule es el programa de intercambio de archivos entre usuarios más popular en el mundo.

¹⁶³ La Ferla, Jorge. “El cine después del cine”. En diario La Nación, ADN cultura. 16 de febrero de 2008.

Play, stop, pausa, fastforward y rewind

Los controles remotos de los reproductores de DVD son similares a los de las videocaseteras, aunque se han agregado algunas funciones nuevas por las características del sistema digital, como por ejemplo la manipulación de la imagen a través del zoom,¹⁶⁴ la opción a diferentes idiomas en el subtítulo y en el audio, las divisiones en capítulos, o inclusive la posibilidad de manejar el nivel del volumen. Pero las operaciones esenciales de visionado que se habían inaugurado con el VHS (play, stop, rebobinado, avance rápido o cuadro a cuadro) siguen siendo las mismas, pero con mayor calidad: el congelado de la pausa es perfecto, sin la inestabilidad en la imagen que tenían las videocaseteras.

La utilización de estas funciones básicas permanecen vigentes, como lo demuestra su inclusión en el diseño de cualquier reproductor de DVD. Porque la práctica de visionar un material audiovisual de manera discontinua, que admite una relectura, con la posibilidad de pausar la imagen, rever ciertas escenas de la película o adelantar para saltar ciertas partes son prácticas heredadas por este espectador post-casetera, que ya no concibe un aparato sin esas prestaciones.

La piratería al alcance de todos

La copia ilegal de películas ya estaba presente en el VHS con una cifra aproximada del 20% del material que circulaba, pero con el DVD esa cifra se triplicó. Un informe de 2007 de la Unión Argentina de Videoeditores mostraba que 7 de cada 10 DVD que se vendían eran ilegales. En 2009, el costo de un DVD original oscilaba entre los 25 y 50 pesos contra 7 o 12 de uno ilegal.¹⁶⁵

La tecnología digital no sólo mejoró la calidad de la imagen y el sonido, sino que también permitió trabajarla desde una computadora común, que con diferentes softwares¹⁶⁶ se pueden realizar copias a partir un DVD original. Además el costo de un DVD virgen es más económico en relación con el VHS. El videocasete virgen, aún

¹⁶⁴ La función del zoom agranda o achica hasta cuatro veces la imagen.

¹⁶⁵ En Argentina, el 66% de la población consume productos falsificados o pirateados. El dato refiere especialmente compra de CD y DVD, ilegales sin contar las descargas gratuitas de Internet. García, Facundo. "El consumo de lo pirata". En diario Página 12, 26 de abril de 2008.

¹⁶⁶ Entre los años 1997 y 1999 empiezan a instalarse en las computadoras microchips pensados para procesar imagen y sonido: Pentium II MMX y AMD K6. También el puerto gráfico AGP y los DVD. "Las computadoras cumplen 25 años y siguen revolucionando el mundo". En diario Clarín, 12 de agosto de 2006.

antes de la existencia del DVD, siempre fue más costoso como insumo para grabar. Es decir que con la tecnología digital la copia de materiales audiovisuales aparece al alcance de una mayor cantidad de usuarios.

Porque por un lado están los que comercializan a partir del copiado ilegal, y por otro los usuarios que copian para uso particular, para conformar una videoteca personal. Un dato que lo certifica es que en 2004 la venta de DVD vírgenes era de 1 millón de unidades y en 2008 pasó a 116 millones.

En el año 2009, con la notable expansión de la banda ancha, en nuestro país hay cuatro millones de personas que bajan videos a través de Internet. Pero según la UAV (Unión Argentina de Videoeditores) las películas bajadas a través de la web no representan el mayor inconveniente: “el problema más grave son las bandas delictivas que consiguen un DVD original y lo replican a gran escala”.¹⁶⁷

Como mencioné anteriormente, la interconexión entre los dispositivos y la compatibilidad de los contenidos en archivos digitales resultó fundamental para apropiarse de materiales audiovisuales.

El productor de materiales audiovisuales

Las cámaras digitales de video no difieren mucho de las camcorders analógicas de los años noventa, tanto en su operatoria como en su diseño, salvo una tendencia a disminuir cada vez más su peso y tamaño.¹⁶⁸

Como señalamos en el capítulo anterior, a comienzos de los años noventa se incorporó el uso de las cámaras de video, que trajeron como consecuencia el registro de diversos acontecimientos importantes realizados por usuarios.¹⁶⁹

Pero las grabaciones caseras se han multiplicado en todo el mundo por un mayor acceso no sólo a las cámaras de video, sino porque las cámaras fotográficas digitales y muchos celulares también permiten grabar en formato de video.

¹⁶⁷ González Pérez, Leo. “La piratería avanza y no para de fundir videoclubes” En diario Clarín, 26 de septiembre de 2009.

¹⁶⁸ El peso de las actuales cámaras digitales hogareñas oscila entre los 200 y 400 gramos.

¹⁶⁹ En el capítulo 4 se detallan casos sobre registros caseros de acontecimientos célebres en los años noventa: Rodney King, atentado a la Embajada de Israel, etc.

Esta situación quedó plasmada, por ejemplo, en las diferentes tomas que se realizaron durante el repentino atentado a las torres gemelas en Nueva York el 11 de septiembre de 2001. Ese mismo día y al siguiente aparecieron en los medios televisivos muchos registros caseros de ese acontecimiento desde distintos lugares de la ciudad.¹⁷⁰

Con las cámaras de fotos digitales pero en especial con los celulares, la persona común cuenta con un sistema de registro audiovisual y fotográfico que puede utilizar en cualquier momento, tiene la posibilidad de testimoniar cualquier situación cotidiana. Pese a tener una menor calidad de imagen y sonido, las grabaciones con celular son actualmente las más realizadas, por practicidad y por cantidad de teléfonos móviles en uso.¹⁷¹ Y porque además han encontrado en Internet un vehículo accesible, económico y masivo para difundir sus propios registros.

La postproducción en casa

El usuario que en los años noventa ya se animaba a realizar sus propios materiales caseros de video, y que lo transformó en un ser mucho más activo respecto de lo audiovisual, pudo profundizar esa práctica e inclusive avanzar a la etapa posterior de cualquier realización audiovisual: la postproducción. La homogeneidad de los distintos contenidos digitales permitió la posibilidad de trabajar la edición de los registros con una computadora hogareña.

En la era del VHS esta fase solía ser exclusiva para profesionales del medio audiovisual (canales de televisión, productoras independientes) o su alcance llegaba hasta los realizadores semiprofesionales de videos sociales. Porque para editar había que tener un equipamiento mínimo que era muy costoso (dos videocaseteras, un controlador, monitores, tituladoras para realizar una compaginación), y un conocimiento específico previo.

¹⁷⁰ En el año 2009 se estrenó un documental televisivo sobre el atentado a las torres gemelas que consistía en grabaciones con cámaras de video, celulares o de fotos sobre los acontecimientos de ese día realizadas por usuarios comunes. “102 minutos que cambiaron al mundo”. Documental emitido en History Channel en septiembre de 2009. Realizado en el año 2008.

¹⁷¹ Se calcula que en 2009 existen 33 millones de celulares en Argentina.

La computadora, con la inclusión de softwares sencillos y/o complejos, con placas de audio y video más cierta capacidad de espacio en el disco rígido y memoria ram, ha permitido el acceso a la edición de videos a mayor cantidad de usuarios, particularmente los llamados nativos digitales, jóvenes que se criaron en un mundo donde las tecnologías digitales son parte del paisaje cotidiano.¹⁷²

La grabación de señales televisivas

Una costumbre que se había inaugurado e instaurado con el uso de las videograbadoras y que no ha tenido correlato en la era del DVD – al menos no con la misma dimensión cuantitativa ni cultural - ha sido la grabación de programas de televisión para ver más tarde o para coleccionar.

No es que no exista el dispositivo ni que ya nadie tenga el hábito de grabar, pero curiosamente no ha habido una verdadera inserción como la que se había logrado con el VHS, donde cualquier usuario disponía y utilizaba esa posibilidad que le daba la videocasetera y que lo convertía en un usuario más activo al poder disfrutar de cierta libertad temporal en relación con la rigidez que le imponía la programación televisiva (ver capítulo 4).

Por un lado las grabadoras de DVD siguen siendo caras (actualmente se venden desde los 1200 pesos; en 2004 salían 3400). Una alternativa más económica son las placas sintonizadoras de TV que se instalan en las computadoras para poder grabar, pero no ha logrado instalarse como práctica cultural; el uso de la computadora para grabar señales televisivas suele ser exclusivo de los mencionados nativos digitales.¹⁷³

El VHS resolvía de manera cómoda y económica al tener todo en un mismo aparato, y la grabación era una práctica que no sólo involucraba a jóvenes, si bien suelen ser los que manejan la tecnología con mayor facilidad.

¹⁷² En la actualidad hay 8,2 millones de usuarios locales de Internet que nacieron en 1984 o después según una encuesta de Carrier y Asociados. González Pérez, Leo “Los nativos digitales ya son mayoría y revolucionan la Web”. En diario Clarín, 14 de abril de 2009.

¹⁷³ Estas son algunas de las características de los nativos digitales: pueden realizar varias cosas al mismo tiempo, tienden a comunicarse uno a uno y de modo inmediato (el celular, el correo electrónico y el Chat así lo marcan), para ellos el teléfono es un equipo personal, establecen relaciones sociales a través de las herramientas de Internet, tienen menos inhibiciones y menos necesidad de privacidad, son tanto productores como consumidores de contenidos, en sus casas son las autoridades en materia de tecnología, están cambiando la industria del entretenimiento: Internet es el lugar para conseguir música y películas, gratis. Asociación Civil Chicos.net. En diario Clarín, 14 de abril de 2009.

¿Por qué razones se da este fenómeno? Probablemente se deba a la amplia disponibilidad de materiales que circulan por Internet, que está creando el hábito de que nos quedemos con la tranquilidad de no almacenar porque “en la Web está todo”, o de los servicios que tienen actualmente las empresas de televisión digital como Cablevisión-Multicanal o Directv, que ofrecen almacenar en un disco rígido más de cien horas de grabación, poder pausar y rebobinar en vivo. Además se puede hacer en la casa (con el control remoto) o desde cualquier otro lugar, operando con el celular. Por ahora es un servicio con poca llegada, debido a su alto costo mensual.

Sin embargo, y pese a no tener esa llegada masiva que se obtuvo con las videocaseteras, hay un legado cultural que permanece en los nuevos modos de almacenamiento. Porque esta oferta de prestaciones se sustentan en hábitos adquiridos con la videocasetera: aparecen estrategias de ventas de servicios para un espectador educado con el video hogareño.

El mercado actual ha sido instruido por la videocasetera y en consecuencia lo que aparece actualmente es una versión distinta, mejor; una variante más cómoda, rápida, con mayor capacidad de almacenamiento y de mejor calidad que la antigua práctica de grabar en VHS.

Aunque quizá el sistema actual sea más elitista. Porque en ese sentido, la antigua videogradora era más democrática: uno compraba el aparato, un videocasete virgen y podía grabar; ahora hay que pagar el disco rígido más el servicio todos los meses, o comprar una grabadora de DVD que vale cuatro veces más que un reproductor.¹⁷⁴

Visionado

Otra tendencia vinculada con esta práctica es el intercambio de archivos o la búsqueda de materiales que han sido grabados de la televisión y se suben a páginas para poner a disposición de los usuarios, que comparten miles de archivos. Este es un fenómeno nuevo y cuya tendencia cada vez mayor indica nuevos usos en el visionado, que puede ser online o como un archivo de datos.

¹⁷⁴ Ver capítulo 4, la aparición de las videoreproductoras y videogradoras. A lo sumo las videogradoras valían el doble, y finalmente las reproductoras desaparecieron del mercado.

No se graba para verlo después, sino que la información audiovisual está disponible en la red para verlo online (por ejemplo YouTube), o como archivo intercambiable de usuario a usuario (p2p).¹⁷⁵ El material queda guardado en el disco rígido de la computadora, y puede ser visionado en el monitor de la PC o grabado en un soporte digital para verlo con un reproductor de DVD en el televisor.

YouTube: una nueva forma de comunicación global

Los videos caseros a través de la web generaron una nueva forma de comunicación global, que empezó con el ahora famoso sitio YouTube, que nació casi de casualidad. “Dicen que todo comenzó con una fiesta. La que organizaron Chad Hurley y Steven Chen en febrero de 2005. La registraron en video, que resultó demasiado “pesado” para enviar por mail. Entonces se les ocurrió armar un sitio para compartir esas películas. Hoy, a ese sitio lo visitan seis millones de personas por día”.¹⁷⁶

En diciembre de 2005 los creadores lanzaron oficialmente el sitio, luego de recibir fondos de Secuoia Capital. En noviembre de 2006, un año después de su lanzamiento, Google Inc. compró YouTube.

Hoy, y según dice en su página web, “es la empresa líder en vídeo online y el primer destino para ver y compartir vídeos originales en todo el mundo a través de Internet”. Hay muchos sitios como este, pero sin duda es el más popular. La novedad fue un éxito a nivel mundial, con millones de minutos disponibles de los más diversos materiales: desde películas, documentales, noticieros, musicales, propagandas de cualquier época, hasta realizaciones caseras de cualquier persona, que permite ver una notable variedad de información audiovisual disponible en fragmentos de entre cinco segundos y diez minutos de duración.

¹⁷⁵ Siglas en inglés para "peer to peer" que en castellano significa algo similar a "de persona a persona" o de "igual a igual". Son un tipo especial de redes, donde los que participan no asumen funciones como cliente o servidor, sino que todos se comportan como servidores y clientes al mismo tiempo. Se forma así una conexión sin mediación entre usuarios, en la cual cualquier nodo de la red puede transmitir información al tiempo que la recibe. Esta información está guardada en los discos rígidos de cada uno de los participantes de la red. Vázquez, Sebastián. Colectivo La Tribu. Vivalaradio.org

¹⁷⁶ Braginski, Ricardo “Los videos caseros explotaron en Internet y ya son un boom”. En diario Clarín, 29 de julio de 2006.

La clave fue unificar la forma en que esos archivos se suben a la red y se miran: “este fenómeno masivo y mundial es posible gracias a la enorme cantidad de cámaras de video que hoy tiene la gente a su disposición. Con un pequeño teléfono celular o incluso con una camarita de fotos se puede capturar videos que, al poco tiempo, pueden estar circulando por la web”,¹⁷⁷ señalaba una nota del diario Clarín en 2006. Hoy, en 2009, ha dejado de ser una moda y su masividad es una realidad que continúa creciendo. Los nativos digitales tienen que ver con ese éxito y son sus principales consumidores.

Además, YouTube ha permitido la exposición de materiales caseros en la web, fenómeno que se había iniciado con las grabaciones analógicas, pero que circulaban a partir del envío a canales televisivos que emitían esos materiales. Ahora cualquiera puede subir su propio video a la web, en forma gratuita, para exponerlo.

La clave del éxito de YouTube reside en su sencillez y gratuidad: un sitio web muy fácil de usar para subir y ver los videos; y un servicio totalmente gratuito. Cualquiera con una computadora y acceso a banda ancha puede ver o subir un video de cualquier tema.

Huellas

La autoprogramación, las nuevas formas de ver materiales audiovisuales, la posesión de una videoteca personal, la emancipación del directo televisivo, la posibilidad de producir materiales audiovisuales propios. Todos son hábitos culturales que nacieron con el video analógico y que permanecen en esta etapa digital.

En esta era aparecieron variantes, nuevas transformaciones también, mayores actividades por parte del usuario, que fue descubriendo nuevos usos. La actualidad muestra un mapa repleto de pantallas en casa, con la computadora, la Internet, el cable, los videojuegos o la inminente televisión digital interactiva, lo cual certifica que la información, la comunicación y el ocio en el hogar son una realidad irreversible.

El conjunto de hábitos adquiridos durante la etapa del video analógico constituyó una base cultural que permanece en este nuevo paisaje, con las distintas variables señaladas.

¹⁷⁷ Ibid.

En suma, el legado del sistema de video analógico ha sido importante para esta nueva era, y estos rastros permanecen a veces imperceptibles en un recorrido que sin duda ha tomado varios caminos, que ha estimulado al usuario para volverlo más activo aún, más democratizador de la cultura audiovisual que lo rodea. Y casi siempre en su refugio preferido: el hogar.

Consideraciones finales

Después de haber investigado la historia y el uso del video doméstico en Argentina, y luego de haber recorrido cómo fue su proceso de apropiación me surgen algunas reflexiones finales sobre lo que ha significado la incorporación del video hogareño en la cultura audiovisual.

Como expliqué en el último capítulo, el VHS quedó obsoleto a mediados de la primera década del siglo XXI, cuando el parque de reproductores de DVD pasó de 900 mil unidades en 2004 a cuatro millones en 2006, que determinó que para el año 2007 el 80% de los alquileres fuera en DVD. Es decir, fue superado por nuevas tecnologías, con mayor calidad de imagen y sonido; los materiales ocupan menos lugar, son más prácticos y tienen mayores prestaciones.

La última fábrica de VHS cerró en el año 2009, en Florida, Estados Unidos. Su presidente Ryan Kugler, dueño de la Distribution Video Audio, señaló: “Ya está, ya murió. Fui el último en comprar y en vender VHS, y ya no lo voy a hacer más. Lo que queda en nuestros depósitos será regalado o destruido. No somos enterradores, somos cardiócirujanos: mantenemos las cosas vivas un tiempo más. Ahora que la pelea con el digital está perdida, no estoy seguro de que mucha gente vaya a extrañar el VHS, pero puedo decir que ha sido un producto amable con nosotros”.¹⁷⁸

Al final del recorrido en la realización de mi tesis compruebo que en la apropiación del video hogareño incurrieron factores muy diversos. También pretendí argumentar por qué considero que la incorporación y uso del sistema video incidió de manera relevante en el desarrollo de la cultura audiovisual contemporánea.

Para indagar mejor éstos factores tan distintos que fui encontrando durante la investigación de mi objeto de estudio es que realizo una clasificación de ellos. El video hogareño se popularizó e influyó en la cultura audiovisual por cuestiones económicas, sociales y culturales.

La economía fue importante porque el video fue un producto electrónico que pudo ser lanzado al mercado gracias al incipiente desarrollo de la industria de los electrodomésticos en la década del ochenta. La instalación de fábricas por parte de las principales empresas de este tipo de productos (beneficiadas por la exención de

¹⁷⁸ Kairuz, Mariano. “Chau al VHS”. En diario Página 12, suplemento Radar. 7 de junio de 2009.

impuestos) fue decisiva, porque eso permitió la producción en grandes cantidades y el progresivo abaratamiento de los aparatos.

Luego, en los años noventa, la política liberal fomentó las importaciones de estos productos. Además, como expliqué en el capítulo cuatro, la videocasetera y la videocámara fueron vendidas como electrodomésticos y no como aparatos específicos en casas especializadas de lo audiovisual: se promocionaron en los diarios y como un eslabón más del confort hogareño.

La proliferación de las videocaseteras se complementó con una nutrida cantidad de ofertas de materiales audiovisuales, la edición de miles de películas en VHS que derivaron en múltiples videoclubes, para que el usuario accediera fácilmente a los videos. Luego vendría la venta directa en nuevas bocas de salida: kioscos de revista y supermercados. El negocio del video en torno al hardware y al software contribuyó también a la apropiación.

Las cuestiones sociales son bastante amplias. El contexto histórico en Argentina fue importante porque coincidió con un período de libertad constitucional, lo que permite asociar un cambio tecnológico y un cambio en la vida sociopolítica. El video se consolidó en nuestro país luego de la reapertura democrática de 1983, en coincidencia con otros medios de difusión alternativos que empezaron a multiplicarse: radios libres o nuevas revistas. Veníamos de una dictadura militar muy opresiva y todo acceso a información era bien recibido por el pueblo. La videocasetera en esa época nos permitió saldar deudas cinematográficas que el proceso nos había prohibido o mutilado.

Otro factor social importante fue la reorganización de los consumos culturales que se empieza a modificar a comienzos de los años noventa, y donde el video tuvo mucha incidencia. El cambio de escenario pasó del consumo de espectáculos públicos en los cines, teatros y eventos musicales al consumo hogareño: aparece el hogar como centro de referencia, potencialmente ampliado para destinar momentos de ocio en la intimidad familiar. El video fue pionero como causa de ese cambio, al que le siguieron el cable en forma masiva y, en menor medida, los videojuegos.

Al analizar la apropiación de una tecnología en la sociedad, y en lo que se refiere al sistema video (videocasetera y cámara) se me aparecía un interrogante ¿El individuo que adquirió un sistema de video consiguió hacer uso creativo del equipo?

¿O el uso que le dio ya estaba determinado por el propio aparato? Son interrogantes que creo no tienen una respuesta tan sencilla ni exacta, porque en definitiva hubo un poco de las dos cosas.

Los fabricantes prediseñaron la videocasetera para ver materiales audiovisuales en la casa. Sin embargo, la práctica conocida como zipping (acelerar el pasaje de un programa que el individuo ha grabado en videocasete, con el fin de saltar las tandas publicitarias), que menciono en el capítulo cuatro, surgió a partir del uso que hizo la gente con el aparato.

Lo mismo podría decirse de la cámara de video. El diseño estuvo pensado originalmente para que el usuario conservara momentos familiares, con una función social similar al que ya tenían las cámaras fotográficas domésticas. En el caso de la cámara de video, debido a la naturaleza del registro, permitió atesorar imágenes en movimiento y sonidos, que le otorga una mayor impresión de realidad que la fotografía.

Pero el uso que la gente le dio a la cámara excedió ese destino original e inició una figura diferente: la del productor de materiales audiovisuales. Las grabaciones caseras aparecieron tímidamente a comienzos de los noventa, pero luego tuvieron mayor presencia en todos lados, no sólo en el entorno familiar. La televisión le dio un lugar en la programación: generaron noticias, aparecieron los bloopers. La realidad de los medios de hoy indica que esas grabaciones tomadas por aficionados tienen cada vez más presencia como generadores de noticias o soportes de ellas.

De todas maneras, la grabación de los recuerdos familiares sigue siendo importante para el usuario común, que valora sus videos de bautismos, casamientos o fiestas como tesoros de su memoria familiar.

El factor cultural es, en definitiva, el contenido que considero más importante para fundamentar el objetivo de mi tesis.¹⁷⁹

El usuario obtiene varias prácticas nuevas a partir de la incorporación del sistema de video. Accede fácilmente a información (miles de títulos de la historia del cine, documentales, recitales, dibujos animados, series de TV), puede verla sin que le impongan contenidos y horarios, puede conservarla, y además adquiere una

¹⁷⁹ El análisis del proceso de apropiación del video en el ámbito doméstico, desde la adquisición de la tecnología hasta el desarrollo de prácticas audiovisuales que pasan a formar parte de la vida cotidiana.

independencia en el uso de su tiempo. Autonomía de la tiranía del flujo audiovisual que le imponía la televisión o de la escasa oferta audiovisual de la que disponía.

La persona común que a finales de los años noventa tenía una videocasetera en la casa, una videoteca personal y una cámara de video ha construido un vínculo con lo audiovisual diferente de ese mismo sujeto que a comienzos de los años ochenta miraba televisión o concurría al cine.

Por lo tanto, la incorporación del sistema video también se puede pensar como un proceso de aprendizaje. Si el usuario adquirió nuevos hábitos y desarrolló nuevas formas de ver, podemos asegurar que evolucionó, en términos de autonomía, creatividad y acceso a recibir (e inclusive a conservar) información. Y fue en ese aprendizaje - en un proceso progresivo - donde aparece el aporte de una tecnología al progreso de la cultura audiovisual.

La adquisición de estos nuevos hábitos fueron muy importantes porque se inauguraron con la videocasetera, y, como señalé en el capítulo cinco, están hoy muy naturalizados, tanto que no reparamos en ellos. Al analizarlos en forma aislada y con una perspectiva histórica, considero que marcaron significativos antecedentes que hoy se mantienen vigentes, como por ejemplo la inestimable posibilidad de poder ver y rever una escena de una película.

La importancia que tiene ese modo de ver lo audiovisual para la formación del espectador es muy meritoria, y de igual manera se puede decir de los otros hábitos: la formación de una videoteca, la conservación de materiales audiovisuales o el disfrute de un momento de ocio solos o en compañía, en la intimidad del hogar. Aunque no es generalmente apreciado, esas prestaciones diseñadas por fabricantes, pero definitivamente incorporadas por el uso, fueron sin dudas la base para el usuario de hoy: un consumidor de medios audiovisuales más exigente.

Román Gubern señalaba en 1987 que “muchos comunicólogos han podido afirmar que la promesa del video como instrumento democrático de liberación comunicativa se ha degradado a la de un nuevo gadget electrodoméstico, convertido en nuevo hobby burgués modelado sobre la tradición del cine en Super 8”.¹⁸⁰

¹⁸⁰ Gubern, Román “¿La revolución videográfica es una verdadera revolución?” En revista Telos Nº 9. Fundesco, Madrid.1987.

No coincido con esa apreciación, porque creo que el video hogareño no se ha degradado, sino que tomó nuevos rumbos que para mí tiene valores muy importantes. Dejó de ser un “chiche tecnológico burgués” cuando se masificó; cuando, como decía anteriormente e intenté demostrar en la tesis, el usuario le pudo encontrar nuevos usos. Es necesario aclarar que han pasado más de 20 años desde esa enunciación de Gubern y mi análisis tiene la ventaja de ver todo el recorrido que ha hecho el video en el uso cotidiano, lo cual me permite analizarlo con una perspectiva histórica más general y por ende más completa.

En suma, el antiguo espectador de materiales audiovisuales gracias al video pudo transformarse en un usuario mejor preparado para consumir y/o construir un discurso audiovisual. Una persona común que es capaz de elegir su propia programación, verla cuándo y cómo quiera, grabar con una cámara un acontecimiento de la realidad de la cual es testigo, pero que además lo realiza no sólo porque la tecnología se lo permite, sino porque ha construido una gran capacidad de comunicación audiovisual.

Se desarrolló así un usuario más activo, que decide qué encuadrar a la hora de seleccionar algo de esa realidad que lo rodea, ya sea para sus recuerdos personales o para registrar un hecho noticioso, y que ha potenciado esta cultura de la imagen que tanto nos invade en la actualidad.

El sistema de video ha sido un producto amable con nosotros. Diría que, para ampliar el concepto del último fabricante de VHS, ha sido más que eso, ha sido noble y muy democratizador. Con la injusticia que padecen los pioneros, que marcan el camino pero son reemplazados por vetustos. Pero sus huellas sociales y culturales, tal como intenté demostrar, permanecen vigentes en esta nueva era audiovisual, cada vez más hogareña e interactiva.

Bibliografía

Bibliografía

- **Bonet, Eugeni y otros.** En torno al video. Gustavo Gili. Barcelona. 1980.
- **Chanan, Michael.** "El coeficiente Zapruder". FILMWAVES N° 4. Inglaterra.
- **Coma, Javier.** El esplendor y el éxtasis. Historia del cine americano/2 (1930-1960) Editorial alertes. Barcelona. 1993.
- **Costa, Antonio.** Saber ver el cine. Ediciones Paidós. Buenos Aires. 1988.
- **Curubeto, Diego y Peña, Fernando.** Cine de Súper Acción. Grupo Editorial Norma. Buenos Aires. 2001.
- **Defleur, M. y Ball-Rokeach.** Teorías de la comunicación de masas. Capítulo 4 "El contexto social de los medios de comunicación a distancia". Paidós Comunicación. 1986.
- **Finquelievich, Susana y otros.** Nuevas tecnologías en la ciudad. Información y comunicación en la cotidianeidad. Centro Editor de América Latina S.A.
- **Flichy, Patrice.** Las multinacionales del audiovisual. Editorial Gustavo Gili, S.A. Barcelona. 1982.
- **Fuenzalida, Valerio.** Televisión abierta y audiencia en América Latina. Editorial Norma. Buenos Aires, 2002.
- **García Canclini, Néstor.** Consumidores y ciudadanos. Conflictos multiculturales de la globalización. Editorial Grijalbo. México, D.F. 1995.
- **García Canclini, Néstor.** Lectores, espectadores e internautas. Editorial Gedisa. Madrid. 2007.

- **Gubern, Román.** Cien años de cine. Editorial Bruguera. Barcelona. 1983.
- **Gubern, Román.** La mirada opulenta. Barcelona. Editorial Gustavo Gili, 1987.
- **Gubern, Román.** “¿La revolución videográfica es una verdadera revolución?” En revista Telos Nº 9.Fundesco. Madrid. 1987.
- **Gubern, Román.** El simio informatizado, capítulo 14.Fundesco. Madrid. 1987.
- **Gubern, Román.** “Un imperio audiovisual fuerte para un pensamiento débil”. Revista Telos Nº 22. Madrid. Julio-septiembre.1990.
- **Gubern, Román.** “Las nuevas fronteras de la imagen”. Revista Claves Nº 58. Madrid. Diciembre de 1995.
- **Getino, Octavio.** Cine latinoamericano, economía y nuevas tecnologías. Editorial Legasa. Buenos Aires.1988.
- **Getino, Octavio.** La tercera mirada. Paidós. Buenos Aires. 1996.
- **Getino, Octavio.** “El capital de la cultura. Las industrias culturales en la Argentina”. Buenos Aires. Ediciones Ciccus. 2008
- **Hermida, Luis María y Satas, Valeria.** TVmanía. Sudamericana. Buenos Aires. 1999.
- **Landi, Oscar.** Devórame otra vez. Editorial Planeta. Buenos Aires. 1992.
- **Llorens, Vicente.** Fundamentos tecnológicos de video y televisión. Segunda edición. Ediciones Paidós Ibérica S.A. Barcelona. 1995.
- **Machado, Arlindo.** “El efecto zapping”. VideoCuadernos VI. Jorge La Ferla (editor) Nueva Librería. Buenos Aires. 1994.

- **Orozco Gómez, Guillermo.** La investigación en Comunicación desde la Perspectiva Cualitativa. La Plata, Ediciones de Periodismo y Comunicación. 1996.
- **Rivera, Jorge.** Postales electrónicas. Editorial Atuel. Buenos Aires. 1997.
- **Rodríguez Canfranc, Pablo.** “Un sector joven con rápidos cambios. Tendencias en la industria de contenidos”. Revista Telos N° 69. Madrid. Octubre-diciembre de 2006.
- **Russo, Eduardo.** Diccionario de cine. Paidós. Buenos Aires. 1998.
- **Rybczynski, Witold.** La casa, Historia de una idea. Emecé Editores. Buenos Aires. 1991.
- **Sanguinetti, Luciano,** comp. “Memoria Tecnológica”. En ¿El fin de los medios? Políticas, apropiaciones y usos de las TICs. Facultad de Periodismo y Comunicación Social. UNLP. 2007.
- **Schmucler, Héctor y Terrero, Patricia.** “Innovaciones tecnológicas y transformación de la televisión en Argentina”. En revista Voces y Culturas N° 9. Barcelona. 1996.
- **Schmucler, Héctor y Terrero, Patricia.** “Nuevas tecnologías y transformación del espacio urbano. Buenos Aires 1970-1990”. Revista Telos N° 32.
- **Silverstone, Roger.** De la sociología de la televisión a la sociología de la pantalla. En revista Telos N° 22. Fundesco. Madrid. 1990.
- **Silverstone, Roger.** Televisión y vida cotidiana. Amorrortu editores. Buenos Aires. 1996.
- **Silverstone, Roger.** ¿Por qué estudiar los medios? Amorrortu editores. Buenos Aires. 2004.

- **Sirvén, Pablo.** Quién te ha visto y quién TV. Ediciones de la Flor. Buenos Aires. Segunda edición, corregida y actualizada. 1998.
- **Sunkel, Guillermo.** “Una mirada otra. La cultura desde el consumo”. En libro: Estudios y otras prácticas intelectuales latinoamericanas en cultura y poder. Daniel Mato (compilador). CLACSO, Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales, Caracas, Venezuela. 2002.
- **Taquini, Graciela y Trilnick, Carlos.** “Una memoria del video en Argentina” Catálogo Buenos Aires Video 1993.
- **Terrero, Patricia.** “Ocio, prácticas y consumos culturales. Aproximación a su estudio en la sociedad mediatizada”. Revista Diálogos de la comunicación N° 49. Felafacs. 1997.
- **Ulanovski, Carlos y otros.** Días de radio. Espasa Calpe. Buenos Aires. 1996.
- **Ulanovsky, Carlos y otros.** Estamos en el aire. Una historia de la televisión argentina. Planeta. Buenos Aires. 1994.
- **Varela, Mirta.** La televisión Criolla. Edhasa. Buenos Aires. 2005.
- **Vidal, Alicia.** “Viendo video, pautas de consumo de un nuevo medio. La opinión de los consumidores”. Centro de Estudios Urbanos y Regionales. Buenos Aires. 1990.
- **Virilio, Paul.** “La máquina de visión”. Ediciones cátedra. Madrid. 1989.
- **Williams, Raymond.** “La tecnología y la sociedad”. En revista Causas y azares N ° 4. Buenos Aires. 1996.
- **Zunzunegui, Santos.** Pensar la imagen. Cátedra. Madrid. 1987.

Revistas

- Video para usted. Colección completa. Editorial Vértice. Buenos Aires. 1988/1995.
- El amante. Ediciones Tatanka. Números 5 (1992) y 166 (2006). Buenos Aires.
- Noticias. Buenos Aires. Marzo y mayo de 1993. Editorial Perfil. Buenos Aires.
- On Off N° 56. Editorial Globus S. A. Madrid. 1997.
- Página 30. Números 44 (marzo 1994), 50 (septiembre 1994) y 55 (febrero 1995). Editorial Página 12 S.A. Buenos Aires.
- Mercado. Números 886 (Agosto 1991), 951 (Febrero 1997) y 984 (Noviembre 1999).
- Prensario del video. Números 38, 40 y 41 (marzo, mayo y julio de 1997).
- Todo es historia. N° 411. "50 años de la televisión en la Argentina". Buenos Aires. Octubre de 2001.

Diarios

- Clarín.
- La Nación.
- Página 12.

Otras Fuentes

- Colección Gente Testigo del Siglo N° 15: La radio, un amor en el aire. Editorial Atlántida. Buenos Aires. 1999.
- Video catálogo '93" de Video para usted. Editorial Vértice. 1993.
- Getino, Octavio. "La formación de profesionales del audiovisual para el siglo XXI". Conferencia dictada en el II simposio internacional "Reflexión sobre el futuro del audiovisual: sueño y realidad" Unesco- Escuela de cine y TV. Caracas, junio de 1994.

Internet

- www.docacine.com.ar
- www.avh.com.ar
- <http://lic.cultura.gov.ar>
- www.rewindmuseum.com
- www.rae.es Real Academia Española.
- <http://bibliotecavirtual.clacso.org.ar/ar/libros/cultura/sunkel.doc>
- <http://www.totalrewind.org/>
- <http://vivalaradio.org>. Vázquez, Sebastián. Colectivo La Tribu.
- www.buenosaires.gov.ar/.../publicacion_revista_observatorio_4
- <http://sociedadinformacion.fundacion.telefonica.com/DYC/TELOS/>

- <http://www.prensario.com/>
- <http://sinca.cultura.gov.ar>

Documentales televisivos

- “Tecnología de los 80”. Emitido en History Channel en el ciclo “Maravillas modernas”. Realizado en el año 2006.
- “Tecnología de los 90”. Emitido en History Channel en el ciclo “Maravillas modernas”. Realizado en el año 2008.
- “102 minutos que cambiaron al mundo”. Emitido en History Channel en septiembre de 2009. Realizado en el año 2008.

